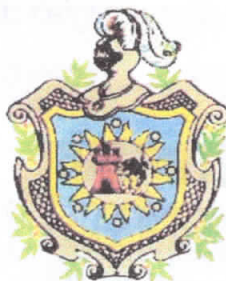


MSC
DOCUNI
378.242
Serg
2009



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE NICARAGUA
UNAN - MANAGUA
CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL DE MATAGALPA
UNAN-CURM

CUMPLIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES PREVISTAS EN LA ASIGNATURA
PRÁCTICA PROFESIONAL POR LOS ESTUDIANTES DE V AÑO DE
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL CUR MATAGALPA, PRIMER
SEMESTRE DE 2008

TESIS PARA OPTAR AL TÍTULO DE MAESTRÍA EN PEDAGOGÍA CON MENCIÓN EN
DOCENCIA UNIVERSITARIA

Autora del Trabajo:

Natalia Sergueyevna Golovina

Tutora: M.Sc. Elena Bolaños

Asesor: M.Sc. Elmer Luis Mosher Valle



MSC
DOCUNI
378.242
Serg
2009

36362



Junio, 2009

Don X Dpto. Pedagogía - 30/07/2010.-



CARTA AVAL

Por este medio doy fe que el presente trabajo de tesis denominado **CUMPLIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES PREVISTAS EN LA ASIGNATURA PRÁCTICA PROFESIONAL POR LOS ESTUDIANTES DE V AÑO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DEL CUR MATAGALPA, PRIMER SEMESTRE DE 2008**, elaborado por la LICENCIADA **NATALIA SERGUEYEVNA GOLOVINA** cumple con los requisitos metodológicos y científicos establecidos en el Reglamento de Posgrado de la UNAN Managua, para optar al grado de Master en Pedagogía con mención en Docencia Universitaria.

Se extiende la presente a los veintiocho días del mes de Mayo del año dos mil nueve.

ELENA BOLAÑOS PRADO
TUTORA

DEDICATORIA

Detrás de cada línea de llegada, hay una de partida.

Detrás de cada logro, hay otro desafío.

Si extrañas lo que hacías, vuelve a hacerlo.

Sigue aunque todos esperen que abandones.

Dedico este trabajo a mis padres Liubov Mijailovna Golovina y Serguey Petrovich Golovín, que han fallecido y no podrán ver mi éxito, pero seguramente estarían muy orgullosos de mí, como siempre han hecho, a mi hermano Konstantin, quien aunque vive lejos, siempre está en mis pensamientos y mi corazón, a mi querido esposo Elmer, quién siempre me apoyó y sigue apoyando en todos mis proyectos y a mis adorados hijos Liuba, Elmer y Katya.

AGRADECIMIENTO

- A la tutora de mi tesis, MSc. Elena Bolaños, quien dedicó muchas horas de su tiempo para leer y volver a leer mi trabajo, dar sugerencias y aportes muy valiosos
- A mis profesores de esta maestría, en especial a MSc. Raúl Ruiz, Dr. Douglas Stuart Howay, MSc. Martha González Rubio, Dra. Norma Corea, MSc. Maritza Dubón, MSc. Sonia Tinoco, MSc. Pilar Marín, quienes me alentaron a seguir adelante y reafirmaron mi pasión por las ciencias pedagógicas
- A mis compañeras y compañeros de trabajo, en especial a Carmen Fernández, Julieta Kühl, Martha González, Mercedes Mendoza, Franklin Rivera, Sandra Cervantes, Ignacio Alfaro, quienes me estaban dando consejos muy interesantes e importantes tanto en el transcurso de la maestría como en la etapa de elaboración de mi tesis
- A mi querido esposo, MSc. Elmer Luis Mosher Valle, quien asesoró mi trabajo, dedicó su tiempo para revisiones estadísticas y de redacción, y aguantó y compartió mis desvelos
- A la familia de mi esposo, en especial a sus padres Elmer y Aida María, quienes me aceptaron como hija y mostraron su preocupación por mi crecimiento profesional, por su amor, cariño y apoyo incondicional

RESUMEN

La presente investigación es evaluativa y de corte transversal. Tiene como objetivo general evaluar el cumplimiento de las actividades previstas en el Plan de estudios de la Asignatura Práctica Profesional, por los estudiantes de V año de Administración de Empresas del CUR-Matagalpa, durante el primer semestre de 2008.

Se aplicó encuesta a una muestra de 36 estudiantes y entrevista semiestructurada a 4 docentes, estos instrumentos fueron validados por nueve jueces. Los resultados se analizaron cualitativamente y cuantitativamente a la luz de normativas, Programa de prácticas y las teorías modernas, obteniendo lo siguiente: las actividades previstas en el plan de estudio de la asignatura Prácticas Profesionales, son el taller de refrescamiento, trabajo en las empresas, elaboración de informe y retroalimentación.

Entre las destrezas y habilidades adquiridas en las Prácticas Profesionales los mejores resultados se obtuvieron en selección de personal, evaluación de desempeño, higiene laboral, publicidad, comunicación, trabajo en equipo. Donde se muestran debilidades es en la elaboración de planilla, determinación del tipo de iluminación, mezcla de mercadotecnia, fijación de precio, presupuesto y análisis financiero.

En la organización de las Prácticas Profesionales, por los docentes, descuidan el taller de refrescamiento y la fase de retroalimentación. La percepción de los estudiantes, en cuanto a los insumos que proporcionan las empresas para cumplir con el Plan de la práctica profesional, es buena, ya que 75% afirman que tenían todas las herramientas necesarias.

Se diseñó una propuesta de la forma cómo deberían ser las Prácticas de Profesionalización de la carrera Administración de Empresas.

Palabras claves: Práctica Profesional, Destrezas, Habilidades, Desempeño laboral

ABSTRACT

The present investigation is evaluative and of it cross section. It must like general mission evaluate the fulfillment of the anticipated activities in the Curriculum of the Professional Practical Subject, by the students of V year of Administration of Companies of the CUR-Matagalpa, during the first semester of 2008.

Survey was applied to a sample of 36 students and interview semistructured to 4 educational ones, these instruments were validated by nine judges. The results were analyzed qualitatively and quantitatively in the light of norms, Program of practices and the modern theories, obtaining the following thing: the anticipated activities in the Professional Practical curriculum of the subject, are the factory of refresh, work in the companies, elaboration of report and feedback.

Between the skills and abilities acquired in the Professional Practices the best results were obtained in selection of personnel, evaluation of performance, labor hygiene, publicity, communication, work in equipment. Where they are weaknesses are in the elaboration of list, determination of the type of illumination, mixture of marketing research, fixation of price, budget and financial analysis.

In the organization of the Professional Practices, by the educational ones, they neglect the factory of refresh and the phase of feedback. The perception of the students, as far as the consumptions that provide the companies to fulfill the Plan of the professional practice, is good, since 75% affirm that they had all the necessary tools. A proposal of the form was designed how they would have to be the Practices of Professionalisation of the race Administration of Companies.

Key words: Professional practice, Skills, Abilities, labor Performance

INDICE

	INTRODUCCION	1
	ANTECEDENTES	3
	JUSTIFICACIÓN	4
I.	PLANTEAMIENTO DE PROBLEMA	5
II.	OBJETIVOS	5
	2.1. Objetivo general	5
	2.2. Objetivos especificos	5
III.	MARCO TEÓRICO	6
	3.1. Adquisición de destrezas y habilidades profesionales	6
	3.1.1. En Recursos humanos	6
	3.1.2. En Mercado	11
	3.1.3. En finanzas	14
	3.1.4. En relaciones interpersonales	16
	3.2. Metodología de las Prácticas Profesionales	18
	3.2.1. Taller de refrescamiento	19
	3.2.2. Informe de prácticas	21
	3.3. Organización de las Prácticas Profesionales	21
	3.4. Insumos que proporcionan las empresas	24
	3.4.1. Puesto de trabajo	24
	3.4.2. Herramientas de trabajo	25
	3.4.3. Tareas	26
	3.4.4. Acceso a la información	27
IV.	PREGUNTAS DIRECTRICES	29
V.	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	30
VI.	DISEÑO METODOLÓGICO	37
	6.1. Tipo de investigación	37
	6.2. Población y muestra	38
	6.3. Métodos de recogida de datos	40
	6.4. Procedimientos	42
VII.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	43
VIII.	CONCLUSIONES	115
IX.	RECOMENDACIONES	118
X.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	119
XI.	ANEXOS	123

INTRODUCCIÓN

Recientemente (Golovina, 2007) se realizó la evaluación de I semestre por los estudiantes de V año de Administración de Empresas. Es alarmante el hecho, que en la encuesta realizada a 20 estudiantes (de 35), sólo 2 mencionaron que las prácticas profesionales proporcionaron las herramientas útiles para su futuro trabajo. Igualmente, los estudiantes no mencionan las Prácticas Profesionales dentro de las asignaturas más importantes para su carrera. Algunos se quejan, que no conocen cómo funcionan las empresas en realidad, ya que no tuvieron oportunidad de participar activamente en el trabajo de una organización.

También los empresarios matagalpinos expresan la inquietud que los conocimientos de los egresados de la carrera de Administración de Empresas son buenos, amplios, pero más teóricos que prácticos. Por esto es difícil que los egresados ocupen los cargos relevantes dentro de las organizaciones, por falta de experiencia en la aplicación práctica de los conocimientos teóricos, desarrollo de las competencias en relaciones humanas, inteligencia emocional, redacción, valores y actitudes.

Es probable que las entidades donde los estudiantes pasan las prácticas profesionales no suministren los insumos necesarios para cumplir con el plan de la práctica. En las empresas no proporcionan un puesto y tareas según la preparación y el plan de trabajo, sino que ponen a archivar documentos, contestar el teléfono, sacar fotocopias y realizar otras tareas sencillas, que no ayudan al desarrollo profesional del discente.

La falta de supervisión y orientación por parte de los maestros puede ser otra causa del problema. Los profesores colocan a los estudiantes en las empresas y luego no le dan el seguimiento necesario, no les visitan, no le dan continuidad al plan de trabajo y confían ciegamente en la nota que pone el representante de la entidad empresarial.

Por último, la falta de interés y motivación por parte de los estudiantes puede ser también la causa del problema. La asignatura Práctica Profesional es la culminación del

sistema de prácticas que empiezan con las Prácticas de Familiarización y luego de Especialización. Si en las primeras dos, los estudiantes sienten que no aprenden nada nuevo en su pasantía en las empresas, tendrán poco interés y motivación para la Práctica de Profesionalización, ya que piensan que será igual que las anteriores y la consideran como un requisito innecesario y pérdida de tiempo.

Al no adquirir todas las destrezas y habilidades necesarias para su desempeño profesional, es muy probable que el egresado no tenga éxito en su futuro trabajo, que le puede causar frustración, duda en su preparación profesional y vocación; inclusive puede poner en tela de juicio la calidad de la educación que recibió en el CUR-Matagalpa.

Con las acciones que se pretende proponer en esta investigación, se espera diseñar una propuesta de cómo deberían ser las Prácticas de Profesionalización de la Carrera Administración de Empresas, para que los estudiantes puedan adquirir las destrezas y habilidades necesarias para desempeñarse con excelencia en diferentes puestos de trabajo, disminuir el nivel de desanimo por su carrera y elevar el prestigio del CUR- Matagalpa, en cuanto a la calidad de la educación.

ANTECEDENTES

No se encontraron otras investigaciones realizadas sobre la adquisición de destrezas y habilidades en las Prácticas Profesionales, de ninguna carrera. Existen datos que arrojó el diagnóstico realizado para la transformación curricular en el 2006 en la UNAN Managua, pero no se le dio la importancia debida a las Prácticas Profesionales en la Carrera de Administración de Empresas.

Sin embargo, en 2004 en la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades de la UNAN Managua, fue presentada una investigación denominada "Caracterización de las prácticas de formación profesional de la Facultad de Ciencias de la Educación y Humanidades de la UNAN Managua, en el año 2002". En este trabajo las autoras: Gloria Villanova Núñez, Magaly Bautista Lara y Lydilia Gutiérrez Zúñiga, abordaron las principales problemáticas en el desarrollo de las prácticas de formación profesional, elaborando un plan estratégico para el año 2004, en el que se proponía formas metodológicas para atender la problemática que presenta la práctica. Lamentablemente, no se ha dado el seguimiento a esta investigación.

A nivel internacional se encontraron dos investigaciones relacionadas con las Prácticas Profesionales, una de ellas hecha en México en 2008 denominada "La departamentalización en las instituciones de Educación Superior: una experiencia en proceso", donde se abordó como parte del pénsum académico la estructura de las Prácticas Profesionales y su importancia. Otro trabajo denominado "Acerca de los métodos de estudio de la relación entre las condiciones laborales y formativas en Biblioteconomía y Documentación: El caso de la Universidad Carlos III" fue elaborado por Mareiro y Caridad en España.

Mareiro y Caridad (1998) diferenciaron las prácticas profesionales en una perspectiva amplísima que iba desde el erudito hasta el experto en gestión

y reflejó cómo había evolucionado el concepto de Prácticas Profesionales dentro de un pensum de estudio.

El documento refleja que las prácticas profesionales ayudan en la formación de las actitudes y de la imagen de la profesión: considerando si se estaba o no satisfecho en ella y si se participaba activamente en los quehaceres de las prácticas. En este documento también está incluido todo lo relativo a las destrezas y habilidades: la formación específica, la preparación cultural, las habilidades personales e incluso la formación continua.

No se encontraron más investigaciones sobre el tema, lo que también confirma la importancia de la realización del presente estudio.

JUSTIFICACIÓN

Esta investigación se realizó atendiendo la inquietud de los estudiantes, así como de los docentes y empresarios matagalpinos, acerca de las habilidades y destrezas que adquieren los estudiantes de la carrera Administración de Empresas, durante sus prácticas de profesionalización.

Con este trabajo se pretende proporcionar las propuestas reales para mejorar el proceso de desarrollo de competencias durante las prácticas de profesionalización en la carrera de Administración de Empresas, e igualmente podrán servir como insumo para otras carreras del CUR-Matagalpa.

Los resultados de este trabajo beneficiarán a la Coordinación de la Carrera de Administración, ya que ayudará a visualizar los puntos débiles en la organización de las Prácticas y las vías de solución; al Departamento de Ciencias Administrativas y Tecnológicas, ya que los resultados de este trabajo pueden proyectarse a otras carreras, impulsando investigaciones similares y al CUR Matagalpa como institución, ya que la investigación se realizó buscando las posibilidades de elevar el prestigio del Centro en cuanto a la calidad de la

educación, mediante mejoras en el proceso de adquisición de competencias en la asignatura Prácticas Profesionales.

Este trabajo también ayudará a las investigadoras en su crecimiento profesional, desarrollando mayores destrezas y habilidades en la investigación educativa y mejorando su calidad docente en la asignatura Prácticas de Profesionalización.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Qué actividades previstas en el Programa de la Asignatura Prácticas de Profesionales fueron cumplidas por los estudiantes de V año de Administración de Empresas del CUR Matagalpa, durante el I semestre del 2008?

II. OBJETIVOS

2.1. Objetivo general

Evaluar el cumplimiento de las actividades previstas en el Programa de la Asignatura Práctica Profesional y adquisición de destrezas y habilidades indispensables para el desempeño laboral de los estudiantes de V año de Administración de Empresas del CUR-Matagalpa, durante el primer semestre de 2008

2.2. Objetivos específicos

1. Identificar el cumplimiento de las actividades previstas en el Programa de la asignatura Prácticas Profesionales, en la carrera Administración de Empresas, por los estudiantes.
2. Caracterizar las destrezas y habilidades indispensables para el desempeño laboral, adquiridas en las Prácticas Profesionales.
3. Valorar la metodología y forma de organización de las Prácticas Profesionales.

4. Determinar la percepción de los estudiantes, en cuanto a los insumos que proporcionan las empresas para cumplir con el Plan de la práctica profesional.
5. Diseñar una propuesta de la forma cómo deberían ser las Prácticas de Profesionalización de la carrera Administración de Empresas.

III. MARCO TEÓRICO

3.1. Adquisición de destrezas y habilidades profesionales

Considerando la importancia que reviste la formación y desarrollo de habilidades profesionales en los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas, dentro del currículo se concibe la asignatura Prácticas Profesionales, que permite que éstas se desarrollen con la calidad requerida, a partir de un sistema de actividades coherentes, que se logra con la inserción del estudiante en obras afines con su especialidad y tareas que respondan a su perfil de trabajo en la práctica diaria. En el aula de clase, durante los primeros cuatro años de estudio, los educandos adquieren los conocimientos teóricos, por eso la asignatura Prácticas Profesionales plantea como uno de sus objetivos principales la adquisición y desarrollo de las destrezas y habilidades en áreas tales como Recursos Humanos, Mercado y Finanzas.

3.1.1. En Recursos Humanos

Las destrezas y habilidades que un estudiante adquiere durante los cuatro años de estudio, específicamente en Recursos Humanos, comprenden Reclutamiento y selección de personal, Nómina y Evaluación de personal.

Se llama reclutamiento al proceso de identificar a candidatos capacitados para llenar las vacantes (Werther y Davis, 1995:133) El reclutamiento de personal es un conjunto de procedimientos orientados a atraer candidatos potencialmente calificados y capaces de ocupar cargos dentro de la

empresa. El reclutamiento consiste en las actividades relacionadas con la investigación y con la intervención de las fuentes capaces de proveer a la empresa de un número suficiente de personas que ésta necesita para la consecución de sus objetivos, y puede ser interno o externo.

Una vez que se dispone de un grupo idóneo de solicitantes obtenido mediante el reclutamiento, se da inicio al proceso de selección. Según Werther y Davis (1995:161) el proceso de selección contiene ocho pasos: Recepción preliminar de solicitudes, pruebas de idoneidad, entrevista de selección, verificación de datos y referencias, examen médico, entrevista con el supervisor, descripción realista del puesto y decisión de contratar. En muchos departamentos de personal se integran las funciones de reclutamiento y selección en una sola función, que puede recibir el nombre de contratación.

Como el perfil de la Carrera de Administración de Empresa prevé como uno de los puestos que puede ocupar el egresado, Responsable de Recursos Humanos de una empresa, es muy importante que el estudiante domine, no sólo teóricamente, los ocho pasos de selección, sino que también pueda aplicarlos en la práctica con éxito. Revisar las solicitudes, saber los requisitos y las normas éticas para llenado de Hojas de Vida de los aspirantes, conocer las técnicas de entrevista y dominarlas será parte del quehacer diario del egresado.

Terminando el proceso de Reclutamiento y Selección, cuando se realiza la contratación, el personal pasa el proceso de inducción, que Werther y Davis (1995:190) definen como orientación y socialización, pues lleva al empleado a conocer la empresa, su estructura y a aprender y ejecutar las tareas que se asignan. La inducción ayuda a un nuevo trabajador sentirse más familiarizado con la empresa, normas y procedimientos, conocer a sus compañeros de trabajo y saber a quién acudir en el caso de dificultades.

Cuando los estudiantes van a cursar sus prácticas en las empresa, el mismo proceso de inducción debe ser aplicado a ellos, para que no se sientan

extraños en su lugar de trabajo, conozcan al personal con quienes deben relacionarse, sus funciones, deberes y derechos.

La Nómina es el instrumento que permite de una manera ordenada, realizar el pago de sueldos o salarios a los trabajadores, así como proporcionar información contable y estadística, tanto para la empresa como para el ente encargado de regular las relaciones laborales (Silva, 2006). En ella quedan registradas también las deducciones que se realizan sobre el salario, básicamente las cuotas a la Seguridad Social y las retenciones a cuenta del IR.

De acuerdo a la magnitud de la empresa, se diseña el modelo de la nómina apropiada, el cual cambia sustancialmente de una empresa a otra, sujeto a las variaciones de asignaciones, deducciones, acumulativos, determinados por la necesidad de la empresa.

Silva (2006) menciona dos tipos de nóminas:

- a. Nómina Manual: Se elabora por cálculos enteramente manuales, usadas en empresas pequeñas o de mediana capacidad.
- b. Nómina Computarizada: Se elabora a través de una computadora, la cual permite, generalmente por medio de codificaciones, calcular automáticamente, tanto los aportes como los descuentos efectuados en el período a pagar.

La elaboración y revisión de nómina es parte del trabajo de un egresado de la Carrera de Administración. Por eso es muy importante, que durante las Prácticas Profesionales el estudiante participe activamente en el proceso de recolección de datos para la nómina (a través de listas de asistencia, tarjetas, datos de reloj electrónico u otros registros), realice cálculos relacionados con devengados y deducciones y conozca el sistema de elaboración de planilla, el cual puede ser manual o automatizado.

La evaluación del desempeño constituye el proceso por el cual se estima el rendimiento global del empleado (Werther y Davis, 1995:231) La evaluación

del desempeño humano, puede efectuarse mediante técnicas que pueden variar notablemente, no sólo de una empresa a otra, sino dentro de una misma empresa, ya que se trata de niveles de personal diferentes o de diversas áreas de actividad.

Por lo general, el sistema de evaluación de desempeño humano, sirve a determinados objetivos, trazados con base en una política de recursos humanos, así como éstas varían de acuerdo con la empresa, no es extraño que cada empresa desarrolle su propio sistema para medir el comportamiento de sus empleados. La aplicación de diferentes métodos se define según el nivel y la posición de los cargos; con frecuencia las empresas utilizan más de un sistema de evaluación. Es relativamente común hallar empresas que desarrollan sistemas específicos, conforme al nivel y a las áreas de distribución de su personal (personal no calificado, personal administrativo, supervisores, ejecutivos, ventas). Cada sistema sirve a determinados objetivos específicos y a determinadas características de las diversas categorías de personal.

El egresado de la Carrera de Administración de Empresas debe dominar diversas técnicas de evaluación, para poder elaborar un plan de evaluación de personal con sus instrumentos correspondientes y apoyar a los jefes de área de una empresa en esta labor. Para esto es importante que el estudiante durante su práctica revise las técnicas e instrumentos de evaluación que utiliza la empresa, y, si es posible, participar activamente en el proceso de evaluación de personal.

Otro subsistema importante de Recursos Humanos es la higiene laboral, que se define como el conjunto de conocimientos y técnicas dedicadas a conocer, evaluar y controlar aquellos factores del ambiente, psicológicos o tensionales que provienen del trabajo y pueden causar enfermedades o deteriorar la salud (Werther y Davis, 1995:447) La empresa establece un conjunto de normas y procedimientos tendientes a la protección de la integridad física y mental del trabajador, preservándolo de los riesgos de salud inherentes a las tareas del cargo y al ambiente físico donde se ejecutan. La higiene incluye

la temperatura ambiental, intensidad y tipo de iluminación, ventilación y nivel de ruido.

El estudiante al momento de cursar las prácticas debe ser capaz de evaluar la higiene laboral de su propio puesto de trabajo, determinando tipo de iluminación, diferenciando entre la iluminación directa, semidirecta, indirecta y semiindirecta de diferentes intensidades, determinando si éste tipo de iluminación es adecuado a la labor que realiza; debe conocer el rango de temperaturas óptimas para labores de oficina que oscilan entre 20-24 grados (Centro de Información Internacional de Seguridad y Salud Laboral, 2006), conocer los niveles de ruido aceptables, ya que “un nivel continuo de 85 decibeles o superior, durante un periodo de ocho horas por varios años, puede dañar la capacidad de audición” (Zeledón, 2007) y determinar la necesidad de ventilación.

Por último, otro subsistema de Recursos Humanos es la Seguridad Laboral. El objetivo de la seguridad laboral es prevenir los accidentes laborales, los cuales se producen como consecuencia de las actividades de producción (Contreras, 2005) Según el esquema de organización de la empresa, los servicios de seguridad tienen el objetivo de establecer normas y procedimientos, poniendo en práctica los recursos posibles para conseguir la prevención de accidentes y controlando los resultados obtenidos.

Durante su Práctica en la empresa, el estudiante tiene que conocer el sistema de prevención de accidentes y enfermedades profesionales, establecido en la empresa. Debe conocer las prácticas de trabajo seguro, los riesgos laborales de su puesto y los métodos para evitarlos o disminuirlos.

El fundamento teórico sobre el funcionamiento de sistema de administración de Recursos Humanos los estudiantes reciben en las asignaturas Recursos Humanos I y II. La Práctica pretende reforzar estos conocimientos y aplicarlos en una realidad empresarial.

El siguiente grupo de habilidades y destrezas que se pretende desarrollar en las Prácticas de Profesionalización es en el campo de mercadotecnia.

3.1.2. En Mercado

La adquisición de destrezas y habilidades en Mercado comprende la posibilidad de desarrollar una acción efectiva en el ámbito laboral, para determinar el tipo de mercado al cual está orientada la empresa, qué mezcla de mercadotecnia es mejor para este mercado, cómo hacer la fijación de precios y qué canales de distribución se utilizan.

Los tipos de mercado permiten identificar el contexto del mercado, en función a su ubicación geográfica, los tipos de clientes que existen, la competencia establecida, el tipo de producto, de recursos y los grupos de no clientes. Según cada uno de los indicadores mencionados, se establecen diferentes tipos de mercado.

Un egresado de la carrera de Administración de Empresa debe orientarse fácilmente en los tipos de mercado, segmentos de mercado, características del consumidor y principales características de competencia. Muchas empresas en Nicaragua no tienen un departamento especializado de Mercadotecnia, sin embargo, todas efectúan labores relacionadas con ésta. El estudiante tiene que ser capaz de determinar quienes realizan estas labores y cómo se elabora la mezcla de mercadotecnia.

Kotler y Amstrong (1996:54) definen la mezcla de mercadotecnia, como una serie de instrumentos tácticos y controlables, que mezcla la empresa para obtener la respuesta que quiere del mercado hacia el cual se dirige. Dentro del conjunto de esta mezcla se encuentran las llamadas "Cuatro P", que significan Producto, Precio, Plaza y Promoción. Así mismo, cada una de estas divisiones está conformada por todas las variables de la mercadotecnia que analiza y

desarrolla una empresa, para buscar y cambiar los hábitos de consumo, en favor de la misma.

El precio es la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio (Kotler y Amstrong, 1996:410) El precio debe corresponder con la percepción que tiene el comprador sobre el valor del producto y es decisión de la empresa determinar qué se debe vender con un precio accesible a muchas personas o por el contrario, establecer un precio exclusivo, para determinado segmento de consumidores.

Una empresa debe poner un precio inicial cuando desarrolla un nuevo producto, cuando introduce su producto normal en un nuevo canal de distribución o área geográfica y cuando licita para conseguir contratos nuevos. (Angulo, 2006) Este proceso se llama fijación de precios.

Kotler y Amstrong (1996:426) señalan tres enfoques de fijación de precios: basado en el costo (utilidades, punto de equilibrio, rentabilidad), basado en la competencia (nivel actual de precios, propuesta sellada) y basado en el comprador (valor percibido, elasticidad de la demanda)

Las estrategias para la fijación de precios son las bonificaciones, descuentos, precios discriminatorios, psicológicos, promocionales, geográficos e internacionales (Kotler y Amstrong, 1996:444-445) Cabe señalar, que tanto los enfoques como las estrategias pueden utilizarse en forma combinada.

Los estudiantes en el transcurso de su práctica deben quedar claros, cual es el producto que ofrece la empresa, sus niveles y características, los precios, el enfoque y las estrategias de su fijación.

Según Kotler y Amstrong (1996:472) un canal de distribución lleva los bienes de los productores a los consumidores. La distribución del producto puede realizarse a través de diversos canales, los cuales se establecen midiendo la conveniencia y utilidad, tanto de la empresa, como del consumidor.

La cadena más corta de distribución es Productor-Consumidor, y la más larga es Productor-Mayorista-Detallista-Consumidor. También se utilizan los canales Productor-Mayorista-Consumidor y Productor-Detallista-Consumidor.

Un egresado de la carrera de Administración de Empresas debe ser capaz de determinar la conveniencia, ventajas y desventajas de la longitud de diferentes canales de distribución y diseñar la distribución física de producto.

La Promoción es un conjunto de medios utilizados para dar a conocer un producto o servicio, es un negocio mediante el cual el anunciante influye a otros seres humanos ofreciéndoles soluciones para sus problemas y creando a la vez necesidades que ellos en verdad no tienen (Madrid, 2008) Partiendo de esta definición de publicidad, se puede afirmar que toda publicidad tiene una influencia muy poderosa en la sociedad consumidora, y sobre todo en los más pequeños, que son los niños y los adolescentes, que se encuentran en proceso de formación. Esta influencia genera efectos en los consumidores, haciendo que estos cambien hasta su manera de pensar acerca de diversos temas.

Toda empresa en Nicaragua de una u otra manera realiza promociones de sus productos, tratando de informar, persuadir o recordar a los posibles consumidores de éste.

La empresa puede diseñar diferentes estrategias promocionales, según Taveras (2002) pueden incluir cupones, premios, concursos, demostraciones, incentivos, regalos o degustaciones.

La empresa elige su estrategia promocional de acuerdo al producto que vende, el presupuesto asignado a la promoción y los resultados en aumento en ventas que se puede obtener mediante ésta.

El estudiante, cursando su Práctica Profesional en una empresa, debe conocer que medios de publicidad utiliza la empresa, los objetivos de promoción y las estrategias que aplica.

Los conocimientos teóricos sobre la mercadotecnia, los estudiantes los adquieren en las asignaturas Mercado I y II, Ventas al detalle, Mercado Internacional, Investigación de Mercado y Publicidad.

Además de las destrezas y habilidades en administración de Recursos Humanos y Mercado, el estudiante en las Prácticas Profesionales debe desarrollar sus destrezas en la administración financiera.

3.1.3. En Finanzas

Las destrezas y habilidades en finanzas constituyen un conjunto de atributos que una persona posee y que le permiten desarrollar una acción efectiva en el ámbito laboral, elaborando presupuestos, realizando el análisis financiero y conociendo los planes financieros.

El presupuesto es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas; este concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización (Lozano, 2006)

En el transcurso de la Práctica Profesional el estudiante debe al menos conocer si la empresa elabora los presupuestos, y, si es posible, participar en el proceso de presupuestación, ya sea en la elaboración o seguimiento de presupuesto.

El análisis financiero consiste en recopilar los estados financieros para comparar y estudiar las relaciones existentes entre los diferentes grupos de cada uno y observar los cambios presentados por las distintas operaciones de la empresa (Hernández, 2007)

El análisis financiero proporciona información, para que la gerencia tome la decisión más conveniente para la empresa. En ese sentido, la finalidad del

análisis financiero es servir como herramienta básica para el gerente o funcionario responsable, en la toma de decisiones empresariales.

Según Hernández (2007), los métodos que utilizan las empresas para el análisis financiero, son el vertical y horizontal. El método vertical se refiere a la utilización de los estados financieros de un periodo para conocer su situación o resultados. En el método horizontal se comparan entre sí los dos últimos periodos, ya que en el periodo que está sucediendo se compara la contabilidad contra el presupuesto.

El estudiante en el momento de la práctica tiene que determinar si en la empresa realizan análisis vertical (comparación de diferentes rubros de gastos dentro del mismo estado financiero) u horizontal (comparación de los mismos rubros en los estados financieros de diferentes periodos) o no realizan ningún análisis y elaboran sus estados financieros como requisito fiscal.

El plan financiero es la expresión en cifras de lo que se espera de la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de metas, etc. (Saavedra, 2006) Al elaborar un plan financiero, la empresa crea un registro escrito de sus objetivos y las maneras en las que planea convertir dichos objetivos en realidades.

El estudiante de V año de la carrera de Administración de Empresas aún no está listo para realizar una planeación financiera de manera independiente, pero debería conocer este sistema en la empresa donde cursa sus prácticas, ya que los planes financieros son muy individuales y varían de una entidad a otra.

Además de adquirir las destrezas y habilidades en tres áreas de conocimiento de la ciencia administrativa, que son administración de recursos humanos, mercadeo y finanzas, el programa de Practicas Profesionales prevé dentro de éstas, el mayor desarrollo de las relaciones interpersonales, ya que son básicas en el trabajo de un administrador.

3.1.4. En relaciones interpersonales

"Las relaciones interpersonales es la interacción por medio de la comunicación que se desarrolla o se entabla entre una persona y el grupo al cual pertenece" (Ehlermann, 2007) "Es la capacidad que tenemos para trabajar juntos con una meta definida, haciendo del trabajo diario una oportunidad de vida para uno mismo y los seres que nos rodean" (Cifuentes, 2007)

Las relaciones interpersonales es la capacidad que posee el ser humano para interactuar con otras personas respetando sus derechos, manteniendo una óptima comunicación y trabajando unidos en pos de un objetivo en común.

Las relaciones interpersonales en el trabajo (y fuera, también) constituyen un papel crítico en una empresa. Aunque la calidad de las relaciones interpersonales en sí no basta para incrementar la productividad, sí pueden contribuir significativamente a ella, para bien o para mal.

Dentro de una empresa, las relaciones personales se construyen entre los jefes y subordinados y con los compañeros de trabajo del mismo nivel. Según Encina (2006), las relaciones con los jefes se manifiestan y se forjan mediante la comunicación, su frecuencia, propósitos o fines y tipo. Los jefes necesitan comprender qué es lo que representa una relación interpersonal correcta con los trabajadores. A los nuevos administradores, sobre todo a aquellos que han arribado a sus puestos desde abajo, a menudo se les aconseja mantener cierta distancia social con los trabajadores. Sin embargo, un jefe debe ser abordable y amistoso sin dejar de ser justo y firme. Un supervisor eficaz necesita mostrar interés en los trabajadores, sin ser entrometido.

En cuanto a los tipos de comunicación, en las empresas se emplean dos:

- oral: a través de signos orales y palabras habladas

- escrita: por medio de los memorandos, avisos, cartas, solicitudes, constancias, actas, informes u otros documentos que se elaboran en una empresa con el fin de divulgar o compartir la información.

Tanto la comunicación oral como escrita puede ser utilizada para diferentes propósitos: orientación de una tarea, reforzamiento positivo o negativo, información sobre avances o resultados de trabajo, etc.

Las relaciones con los compañeros de trabajo encierran, además de la comunicación, el trabajo en equipo, conflictos y manejo de conflictos.

El trabajo en equipo es "una condición que implica trabajar en cooperación con otros de una manera coordinada, armónica y enfocada, aprovechando las fortalezas de cada cual y potencializándolas a favor del grupo mediante la sinergia" (Naranjo, 2007)

Un buen trabajo en equipo no genera trabajos o logros independientes, ni ambientes competitivos, protagonismos o rivalidades internas; más bien garantiza un logro general como equipo, un crecimiento personal de todos los integrantes y un ambiente laboral tal que todos se sienten como en familia, se generan grandes lazos y es muy probable que surjan muy buenas amistades y se eleve la productividad. Un indicador de trabajo en equipo armonioso, es el apoyo mutuo de los miembros del equipo.

El conflicto en la organización es un tema ampliamente estudiado y el material disponible es abundante. Una definición funcional del conflicto es la que plantea que el conflicto es la acción antagónica entre dos o más personas (Salazar, 2006) Entonces se puede plantear que el conflicto intergrupales son el conjunto de acciones antagónicas entre conjuntos de individuos o grupos.

La organización tiene recursos limitados para el logro de los objetivos y por consiguiente, los grupos que la integran no tienen los recursos suficientes para satisfacer sus necesidades internas. Esta limitación de recursos existentes en la organización, favorece una relación de competencia para la consecución

de los mismos; esta competencia tiene diferentes formas de influir en el comportamiento organizacional, y naturalmente es fuente de conflictos.

Encina (2006) afirma que tratar de solucionar conflictos, abordándolos directamente con la persona con quien está en desacuerdo, puede requerir:

- 1) exponerse al ridículo o rechazo;
- 2) reconocer su contribución al problema; y
- 3) estar dispuesto a cambiar.

Naturalmente, hay momentos en los que es mejor ceder o resistir firmemente. Pero hay veces que se asume prematuramente que una discordancia no tiene ninguna solución mutuamente aceptable. El estar dispuestos a conversar sobre desacuerdos puede producir oportunidades para fortalecer relaciones y mejorar la productividad.

Desde el primer día que el estudiante ingresa a una empresa a cursar las Prácticas Profesionales, pueden presentarse diferentes premisas para generación de conflictos, o rechazos por parte de otros trabajadores, por miedo de competencia y posibilidad de pérdida de su empleo. El estudiante tiene que estar preparado para manejar las técnicas de comunicación, formas de interacción y soluciones de conflictos.

3.2. Metodología de las Prácticas Profesionales

La metodología es el conjunto de métodos utilizados por el maestro e institución para alcanzar los objetivos de enseñanza-aprendizaje. En el Plan de Estudios de la Carrera de Administración (1999) están previstos tres tipos de prácticas:

- Prácticas de familiarización, el objetivo de las cuales consiste en que los estudiantes conozcan los aspectos y quehaceres prácticos de su carrera.

- Prácticas especialización, donde los estudiantes ejercitan aspectos puntuales y específicos de su carrera, y
- Prácticas de Profesionalización, donde los estudiantes aprenden a aplicar en una empresa los conocimientos teóricos adquiridos en cuatro años de estudios en una amplia gama de asignaturas.

La Práctica de Profesionalización es la síntesis de las dos prácticas anteriores, donde lleva al estudiante a ocupar un cargo real dentro de una entidad para realizar labor profesional en uno de los tres campos del perfil de la carrera: Recursos humanos, Mercadeo o Finanzas.

En el anexo 4 se puede observar el modelo de relación de los tres tipos de prácticas descritos anteriormente.

En el caso de las Prácticas Profesionales, la metodología consiste en talleres en el aula de clases, seguimiento del cumplimiento del Plan de Práctica en las empresas, orientación, preparación y exposición del Informe Final de las Prácticas.

3.2.1. Taller de refrescamiento

El Taller de refrescamiento es una modalidad de trabajo que consiste en que el alumno resuelva problemas concretos en distintas escalas de complejidad, en una conceptualización integral de los distintos aspectos: administración de recursos humanos, mercado y finanzas.

El Taller constituye un "eje transversal" integrador de contenidos aprendidos por los alumnos y se basa en crear en ellos la necesidad de recurrir permanentemente a los contenidos de las asignaturas teóricas y teórico-prácticas consideradas básicas para el nivel del Taller, a fin de integrarlos, consolidarlos y recrearlos, ya que se aprende cuando existe la necesidad.

La Universidad Nacional del Nordeste con sede en Argentina (UNNE,1998) enumera las siguientes características distintivas de un Taller como forma organizativa de enseñanza-aprendizaje:

- *Es contextual*, porque los puntos de partida y de llegada están definidos por el capital cultural o perfil de formación de los estudiantes al momento de iniciar la asignatura de Prácticas Profesionales.
- *Es flexible*, porque son los propios estudiantes quienes fijan la profundidad e intensidad del logro de los objetivos, bajo la guía y supervisión del docente, respetando las particularidades individuales y del grupo.
- *Se basa en un contrato didáctico* que define los objetivos, las estrategias, los roles, las actividades, los sistemas de evaluación, las responsabilidades, tanto del equipo docente como de los estudiantes.
- *No posee definición de contenidos propios*, sus objetivos se plantean a partir de los contenidos curriculares de las otras asignaturas que los estudiantes ya han cursado.
- *La estrategia pedagógica* es de aprendizaje activo. Se utilizan como técnicas la dinámica de grupos, la charla debate, se emplea el método de casos y la resolución de problemas como estrategias de análisis de las partes e integración en un todo a través de la Práctica Profesional concreta.
- *Se articula la enseñanza* con la investigación y la extensión, ya que se trabaja sobre casos concretos, en constante vinculación con el medio empresarial, con entes, organismos y organizaciones públicas y privadas que tienen relación directa con el futuro profesional de los estudiantes.
- *Los objetivos procedimentales* se logran mediante la formación de los grupos que desarrollan su actividad bajo tutoría docente permanente, analizando las herramientas y procedimientos que más se adecuan a los casos que cada equipo de estudiantes se propone para su desarrollo.
- *Los objetivos actitudinales* son logrados mediante la observación, el análisis, la crítica y autocrítica constante, tanto por parte del docente, como de los propios estudiantes. Las situaciones de crisis y conflictos

son tratadas en audiencias personales con los involucrados y en ocasiones puntuales se ha aplicado la mediación como recurso de solución amigable para situaciones complejas.

El Programa de Prácticas de Profesionalización no proporciona indicaciones detalladas sobre la organización del Taller de Refrescamiento, dejando a la libertad del maestro la elección de estrategias didácticas y formas organizativas de enseñanza-aprendizaje.

3.2.2. Informe de prácticas

El Informe de Práctica se elabora como parte del proceso de enseñanza-aprendizaje y como forma de evaluación. El programa de Asignatura de Prácticas Profesionales (1999) orienta 10 horas para elaborar el Informe, en grupos de tres, donde los alumnos socializan sus experiencias, y presentación del Informe, cumpliendo los requisitos técnicos de la expresión oral.

El Programa de Asignatura no presenta la propuesta de estructura de este informe, que se puede considerar como debilidad del Programa. Al menos, el Informe debe cumplir con los requisitos para Trabajos de Curso, establecidos por UNAN Managua.

3.3. Organización de las Prácticas Profesionales

La organización es la estructura real de la Asignatura Prácticas Profesionales, que incluye las etapas de su realización y duración. El Programa de Asignatura (1999) la divide en tres partes:

- La primera, que es la práctica de la teoría administrativa en recursos humanos, mercado, nómina y finanzas;
- Segunda, que es la elaboración y presentación de informes de prácticas de profesionalización,
- Tercera, que consiste en la evaluación participativa.

El Programa divide la primera etapa en 8 horas teóricas, que se dedicarán al taller de refrescamiento y orientaciones sobre la elaboración de Informe Final, y 66 horas prácticas, donde los estudiantes trabajarán en diferentes empresas. Para la segunda etapa el discente cuenta con 10 horas para elaborar su informe de prácticas de profesionalización y 6 horas para su presentación.

La planificación es la previsión de las actividades y los recursos, para el logro de los objetivos que se desean alcanzar; por lo tanto planificar es la elaboración de un plan general, debidamente organizado para obtener un fin determinado.

"Llamamos *planificación* al instrumento con el que los docentes organizan su práctica educativa, articulando el conjunto de contenidos, opciones metodológicas, estrategias educativas, textos y materiales para secuenciar las actividades que han de realizar" (Machuca y Becerril, 2008)

Cuando se habla de planificación educativa se puede agregar que esta *permite al docente orientar y encaminar su quehacer diario en el aula y fuera de ella*, tras la organización y presentación sistemática de los contenidos de aprendizaje, que pretenda abordar.

Toda situación de enseñanza está condicionada por la inmediatez y la imprevisibilidad, por lo que la planificación permite: por un lado, reducir el nivel de incertidumbre y, por otro, anticipar lo que sucederá en el desarrollo de la asignatura, otorgando rigurosidad y coherencia a la tarea pedagógica en el marco de un programa.

La Planificación Estratégica es una concepción distinta a la planificación normativa. Esta concepción se refiere al arte de gobernar en situaciones de poder compartido, es decir, en las situaciones más comunes de la realidad que condicionan y determinan las posibilidades de acción de los actores como medio para alcanzar sus objetivos. Como formulación teórica exige comprender

el proceso histórico para trascenderlo como requisito para iluminar la praxis futura.

González y Hernández (2003) señalan, que la Planificación Estratégica Situacional, plantea la necesidad de disponer una categoría más comprensiva del objeto de la planificación, referido tradicionalmente solo a la escasez de recursos económicos. Se necesita de una categoría que permita el objeto a la consideración de todos los elementos que integralmente dan cuenta de la complejidad del cálculo que tiene que realizar el que planifica.

Por ello la planificación estratégica situacional, propone la categoría situación, entendida como la apreciación de conjunto que hace un actor a las acciones que intenta producir para mantener o cambiar la realidad en que vive. El concepto de situación como totalidad permite que el planificador pueda tratar los problemas que obstaculizan su acción en su propia especificidad y relacionarlos con los otros ámbitos y dimensiones de la realidad con toda su complejidad.

La definición de Planificación Estratégica contiene dos elementos de análisis: Planificación y estrategia. La planificación es un proceso que nunca se despojará de dos factores que le son inherentes en la exploración o construcción del futuro: la dirección y el control. Cuando se agrega lo estratégico para formar el término en discusión, no pierde esa característica, sino que se amplía el significado para incluir en la definición la dirección y el control del conflicto y de las fuerzas que lo utilizan como medio para lograr sus objetivos.

En torno a esta misma idea, McMillan y Shumacher (2005) dicen que "planificar es establecer un proceso continuo y sistemático de análisis y discusión para seleccionar una dirección que guíe el cambio y producir acciones que le construyan viabilidad, venciendo la resistencia de oponente".

Por otro lado, las estrategias son propósitos concretos, claros y precisos que van a permitir en determinado instante disuadir a la gente para que cambie. Hay que tener claro que las estrategias no son objetivos, tareas,

actividades, ni acciones. Es el arte o habilidad para prever y afrontar cualquier problemática cuya base fundamental sea la consecuencia de algún propósito.

Diferentes autores se han dedicado al estudio de la planificación estratégica, enfocándola desde ángulos diferentes, pero todos conducen a la renovación de los enfoques y las prácticas de la planificación tradicional o normativa, que poco a contribuido a cumplir con la misión y los objetivos encomendados.

En la organización de las prácticas, hay que dar el debido lugar a la planificación, y especialmente a la planificación estratégica. Hay que tomar en cuenta todo el conjunto de prácticas de la Carrera de Administración de Empresas: de familiarización, de especialización y de profesionalización. Los lugares para cursar las prácticas deben ser cuidadosamente escogidos por la Coordinación de Carrera, tomando en cuenta las destrezas y habilidades que se pretende desarrollar dentro de cada una de las prácticas. Es deseable, que la Universidad tenga los convenios establecidos y un plan global de las prácticas por cada grupo de estudiantes.

3.4. Insumos que proporcionan las empresas

Los insumos que proporcionan las empresas incluyen el ambiente, puesto, autoridad y responsabilidades, las herramientas físicas (computadora, calculadora, legajos de documentos y formatos) y acceso a los sistemas de información de la institución donde el estudiante cursa su práctica y que lo ayudan a desarrollar las habilidades profesionales.

3.4.1. Puesto de trabajo

Los puestos de trabajo constituyen la esencia misma de la productividad de una organización (Werther y Keith, 1995:80) El puesto de trabajo es el conjunto de tareas ejecutadas por una sola persona, el trabajo total asignado a un trabajador individual, constituido por un conjunto específico de deberes y

responsabilidades. Los puestos de trabajo se diseñan a partir de las necesidades de empresa, funciones, relaciones, habilidades y destrezas necesarias.

Al ocupar temporalmente un puesto de trabajo dentro de una empresa, el estudiante debe conocer claramente en qué consiste este puesto, cuales son sus funciones, deberes, derechos y responsabilidades, quién es su jefe inmediato y con cuales otros puestos tiene relación directa e indirecta de trabajo. También tiene que conocer con claridad el lugar físico de realización de su trabajo, ubicación de los servicios higiénicos, los horarios de entrada y salida, de descansos cortos y de almuerzo.

La idoneidad se refiere a la compatibilidad entre los aspirantes y los requerimientos del puesto ((Werther y Keith, 1995:161)

Esto quiere decir, que los puestos de trabajos deben estar acordes con el perfil de la Carrera de Administración de Empresas y con los objetivos de las Prácticas de Profesionalización.

3.4.2. Herramientas de trabajo

Una herramienta de trabajo "es un objeto elaborado a fin de facilitar la realización de una tarea mecánica, que requiere la aplicación correcta de energía" (Gerling, 1997:12)

Muchas herramientas, pero no todas, son combinaciones de máquinas simples que proporcionan una ventaja mecánica. Las herramientas pueden ser manuales o mecánicas. Las manuales usan la fuerza muscular humana mientras que las mecánicas usan una fuente de energía externa, por ejemplo la energía eléctrica.

Las herramientas de trabajo van en dependencia directa con el diseño del puesto de trabajo, tareas y funciones a cumplir. Así, para los trabajos de

perfil administrativo, las herramientas básicas son el mobiliario de oficina, computadoras, calculadoras y equipos de comunicación.

Las herramientas de trabajo también incluyen los medios de protección. Según Illián (2002) los medios de protección se clasifican en medios que protegen la cabeza, la vista, los oídos, las vías respiratorias, el tronco y las extremidades, las manos y los pies.

Dependerá de un puesto de trabajo concreto el conjunto de medios de protección que necesite, y es obligación de la empresa proporcionarlos al estudiante para el tiempo que curse su práctica.

3.4.3. Tareas

Una tarea es una unidad de trabajo organizada discretamente (que se puede asignar a un puesto de trabajo u otro), con un principio y un fin claramente definidos, realizada por un individuo para conseguir las metas de un puesto de trabajo. También puede definirse como secuencia de actos agrupados en el tiempo, destinados a contribuir a un resultado final específico, para el alcance de un objetivo (Fine y Wiley, 2002)

Aunque la tarea se puede asignar a distintos puestos, es conveniente su diseño de acuerdo a los requerimientos del mismo, para lograr mayor productividad. La variedad de tareas que se pueden asignar en la empresa al estudiante durante sus prácticas, contribuye a un mayor desarrollo de destrezas y habilidades laborales en administración de recursos humanos, mercado y finanzas.

Las tareas que pueden ser asignadas a los estudiantes en las prácticas de Profesionalización, dependen del puesto y del giro de la empresa. Si el estudiante queda en el departamento de Finanzas, sus tareas pueden consistir en elaboración y seguimiento de presupuestos, cálculo de razones financieras, de costos y gastos, preparación de estados financieros para su análisis,

elaboración de detalles de cuentas contables y resúmenes financieros y otras similares.

Si el estudiante cursa sus Prácticas en el Departamento de Recursos Humanos, sus tareas pueden consistir en llenado de expedientes del personal, preparación de plan de evaluación y de instrumentos, participación en el procesamiento de resultados de evaluación, digitación de datos de planilla, recolección de información sobre asistencia, horas extras, condiciones laborales, seguridad e higiene laboral.

En el caso que el estudiante esté asignado en las tareas relacionadas con el mercadeo, puede diseñar y aplicar los cuestionarios de investigación de mercado, digitar datos, procesar los resultados de investigaciones, hacer el análisis preliminar, revisar las bases y las estrategias de fijación de precios, relacionar el volumen de ventas con el pan promocional.

3.4.4. Acceso a la información

Para cumplir con el trabajo de forma eficaz y eficiente, es necesario el acceso a la información de la manera oportuna y confiable. Para ello en cada empresa existe un sistema de información, que es "un conjunto de elementos que interactúan entre sí con el fin de apoyar las actividades de la empresa" (Peralta, 2006).

Para cumplir con el Programa de Práctica, los estudiantes necesitan tener acceso a la información sobre los empleados:

- expedientes de trabajadores,
- formatos de selección,
- guías de entrevista de selección,
- formatos e informes de evaluación.

Acceso a la información sobre mercado:

- los proveedores,

- los clientes,
- volúmenes de ventas,
- tipos de productos,
- canales de distribución,
- precios,
- planes promocionales.

Acceso a la información de nómina y a la información financiera:

- estados de resultados, presupuestos,
- flujos de efectivo,
- planes financieros.

Sin obtener el acceso a la información de la manera completa y oportuna, al estudiante le será muy difícil cumplir con los objetivos de su Práctica Profesional. A veces sucede que el empresario no tiene suficiente contacto con el Coordinador de las Prácticas y no queda muy claro con los objetivos de éstas, y por eso no proporciona toda la información necesaria a los estudiantes.

IV. PREGUNTAS DIRECTRICES

1. ¿Cuáles actividades previstas en el Programa de la Asignatura Prácticas Profesionales en la carrera Administración de Empresas fueron desarrolladas por los estudiantes?
2. ¿La metodología y forma de organización que utilizan los docentes para organizar las Prácticas Profesionales son adecuadas?
3. ¿Cuáles son las destrezas y habilidades indispensables para el desempeño laboral, que fueron adquiridas por los estudiantes en las Prácticas Profesionales?
4. ¿Las empresas donde los estudiantes realizan las prácticas proporcionan los insumos para cumplir con el Plan de la Práctica?
5. ¿Qué se puede hacer para que las prácticas sean de mayor utilidad para el futuro ejercicio profesional de los estudiantes?

V. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	DEFINICIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN	SUBVARIABLES	INDICADORES	ESCALAS	DIRIGIDOS A	INSTRUMENTOS	PREGUNTA
Adquisición de destrezas y habilidades profesionales	Adquisición de las Destrezas y habilidades para el desempeño laboral en RRHH	Un conjunto de atributos que una persona posee y que le permiten desarrollar acción efectiva en el ámbito laboral, específicamente en el Reclutamiento y Selección de personal, elaboración y revisión de las Nóminas, evaluación de desempeño y Seguridad e higiene laboral	Reclutamiento y selección de personal	Fuentes de reclutamiento	Internas Externas Ambas	Estudiantes	Encuesta	¿Cuáles son las fuentes de reclutamiento de Empresa?
				Entrevista de selección	Participó No participó	Estudiantes	Encuesta	¿Ha participado en una entrevista de selección?
				Proceso de inducción	Se aplicó No se aplicó	Estudiantes	Encuesta	¿Aplicaron el proceso de Inducción a Usted?
			Nómina	Recolección de datos	Tarjeta Lista Reloj Otros	Estudiantes	Encuesta	¿Cómo recolectan los datos para la planilla en la empresa?
				Elaboración de planilla	En Excel En un programa especial A mano No se	Estudiantes	Encuesta	La planilla en la empresa se elabora: En Excel, En un programa especial, A mano, no se
				Elementos de planilla	Deducciones: IR, INSS Devegadas: Antigüedades, bonos, premios, alimentación, transporte, comisiones, otros Revisado	Estudiantes	Encuesta	¿A un salario de C\$5,000 se aplica IR? ¿Cuál es el régimen de INSS de la empresa? Integral IVM y RP No se ¿Aplican Antigüedad? ¿Hay bonos y premios? ¿Qué otros devengados hay en la empresa? (Alimentación, Transporte, Comisiones, Otros) ¿Quién revisa la Nómina? ¿Quién autoriza la

V. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	DEFINICIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN	SUBVARIABLES	INDICADORES	ESCALAS	DIRIGIDO A	INSTRUMENTOS	PREGUNTA
					Autorizado			Nómina?
			Evaluación de desempeño	Métodos		Estudiantes	Encuesta	¿Qué métodos de evaluación de desempeño aplican en la empresa?
				Periodicidad	Mensual Semestral Anual	Estudiantes	Encuesta	¿Con qué periodicidad hacen evaluaciones de desempeño?
			Higiene y seguridad	Iluminación	Tipo de iluminación Adecuación	Estudiantes	Encuesta	El lugar donde Usted trabajó, ¿Qué tipo de iluminación tiene? ¿Es adecuado para este puesto?
				Temperatura	Menos de 20 20-22 23-25 Más de 25	Estudiantes	Encuesta	¿Qué temperatura promedio está en la oficina?
				Ventilación	Excelente Bien Mal	Estudiantes	Encuesta	¿Qué tan ventilado está el local?
				Nivel de ruido	Alto Moderado Bajo	Estudiantes	Encuesta	¿Cuál es nivel de ruido?
				Prevención de accidentes		Estudiantes	Encuesta	¿Qué se hace en la empresa para prevención de accidentes?

V. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	DEFINICIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN	SUBVARIABLES	INDICADORES	ESCALAS	DIRIGIDOS A	INSTRUMENTOS	PREGUNTAS
	Adquisición de las Destrezas y habilidades para el desempeño laboral en Mercado	Un conjunto de atributos que una persona posee y que le permiten desarrollar acción efectiva en el ámbito laboral para determinar el tipo de mercado a cual está orientada la empresa, qué mezcla de mercadotecnia es mejor para este mercado, cómo hacer la fijación de precios y qué canales de distribución se utilizan	Tipos de mercado			Estudiantes	Encuesta	¿A qué tipo de mercado está orientada la empresa?
			Mezcla de mercadotecnia			Estudiantes	Encuesta	¿Obtuvo la información sobre la mezcla de mercadotecnia de la empresa?
			Precios y fijación de precios	Costos Competencia Consumidor	Si No No sé	Estudiantes	Encuesta	¿Cuál es la base de fijación de precios? (Costos, Competencia, consumidor)
			Distribución de producto	PC PMC PDC PMDC	Si No No sé	Estudiantes	Encuesta	¿Qué canales de distribución utiliza la Empresa?
			Estrategias de Promoción	Cupones Premios Concursos Demostraciones Incentivos Regalos Degustaciones	Si No No sé	Estudiantes	Encuesta	¿Qué estrategias promocionales utiliza la empresa?
			Tipos de publicidad	Informativa Persuasiva Recordatoria	Si No No sé	Estudiantes	Encuesta	¿Qué tipo de publicidad usa la empresa?
			Elaboración de presupuesto	Elaboración de presupuesto	Independiente Con apoyo de funcionario de empresa No participo	Estudiantes	Encuesta	¿Participó en la elaboración del presupuesto? Independiente Con apoyo de funcionario de empresa No participo
	Adquisición de las Destrezas y habilidades para el desempeño laboral	Un conjunto de atributos que una persona posee y que le permiten desarrollar acción efectiva en el ámbito laboral elaborando						

V. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	DEFINICIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN	SUBVARIABLES	INDICADORES	ESCALAS	DIRIGIDOS	INSTRUMENTOS	PREGUNTAS
	en Finanzas	presupuestos, realizando el análisis financiero y conociendo los planes financieros	Análisis financiero de la empresa		Vertical Horizontal Ninguno	Estudiantes	Encuesta	Realizó el análisis financiero (vertical, horizontal, ninguno)
			Planeación financiera		Acceso No acceso	Estudiantes	Encuesta	¿Tuvo acceso a los Planes Financieros de la empresa?
	Desarrollo de las Relaciones interpersonales	Es la capacidad que posee el ser humano para interactuar con otras personas respetando sus derechos, manteniendo una óptima comunicación y trabajando unidos en pos de un objetivo en común	Con los jefes	Frecuencia de comunicación	Diario semanal esporádico nunca	Estudiantes	Encuesta	¿Con qué frecuencia se comunicaba con su jefe inmediato en la empresa?
				Tipo de comunicación	Oral Escrita	Estudiantes	Encuesta	¿Qué tipo de comunicación predominó?
			Con los compañeros	Fines de comunicación	ayuda, instrucción llamado de atención, otros	Estudiantes	Encuesta	¿Cuáles eran los objetivos de comunicación con su jefe inmediato?
				Comunicación	Buena, Regular, Mala	Estudiantes	Encuesta	¿Cómo evalúa la comunicación con los compañeros de trabajo? Buena Regular Mala
				Trabajo en equipo	Si No	Estudiantes	Encuesta	¿Se practica en la empresa el trabajo en equipo?
				Apoyo mutuo	Si No	Estudiantes	Encuesta	¿Sintió Ud el apoyo mutuo entre los

V. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	DEFINICIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN	SUBVARIABLES	INDICADORES	ESCALAS	DIRIGIDO A	INSTRUMENTOS	PREGUNTA
		Informe Final de las Prácticas.			las tareas realizadas Hablar sobre relaciones interpersonales en el puesto de trabajo Otros			realizadas * Hablar sobre relaciones interpersonales en el puesto de trabajo * Otros (especifique) ¿Cómo procedió para resolver las dificultades encontradas?
			Preparación de Informe de las Prácticas	Elaboración de Informe de las Prácticas Importancia del Informe de las prácticas	Se hace No se hace	Estudiantes, maestros	Encuesta Entrevista	Al finalizar la pasantía en las empresas, ¿se elabora un informe de las prácticas?
					Necesario No necesario	Estudiantes, maestros	Encuesta Entrevista	¿Cree que es necesario que los estudiantes elaboren un Informe? ¿Por qué? ¿Cómo debería ser la estructura del Informe? ¿Cómo debería organizarse el intercambio de experiencias de los estudiantes al finalizar las prácticas?
	Organización	Es la estructura real de Asignatura Prácticas Profesionales que incluye las etapas de su realización y duración de cada etapa	Etapas de Práctica		Taller en el aula Prácticas en la empresa Exposición de Informes	Estudiantes, maestros	Encuesta Entrevista	¿Cuáles de las siguientes etapas que tuvieron lugar? ¿Cuáles son las etapas de Prácticas Profesionales?

V. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	DEFINICIÓN Y CONCEPTUALIZACIÓN	SUBVARIABLES	INDICADORES	ESCALAS	DIRIGIDO A	INSTRUMENTOS	PREGUNTA
			Duración de cada etapa		Horas	Estudiantes, maestros	Encuesta Entrevista	¿Cuánto tiempo duró cada etapa?
	Insumos que proporcionan las empresas	Es el ambiente, puesto, autoridad y responsabilidades, las herramientas físicas (computadora, calculadora, legajos de documentos y formatos) y acceso a los sistemas de información de la empresa donde el estudiante cursa su práctica y que ayudan al estudiante desarrollar las habilidades profesionales	Puesto de trabajo		Adecuado al perfil de la carrera No adecuado al perfil de la carrera	Estudiantes	Encuesta	El puesto de trabajo que ocupó en la empresa. ¿es adecuado al perfil de su carrera?
			Herramientas de trabajo		Proporcionan No proporcionan	Estudiantes	Encuesta	¿La empresa proporcionó las herramientas necesarias para cumplir con su Plan de Práctica?
			Acceso a la información		Tuvo acceso No tuvo acceso	Estudiantes	Encuesta	¿Tuvo acceso a la información necesaria en las áreas de: RRHH Mercado Finanzas
			Tareas asignadas		Corresponden a perfil No corresponden a perfil	Estudiantes	Encuesta	¿Cuáles fueron las tareas que asignaron en su puesto de trabajo? Cree Ud. que estas tareas corresponden a su perfil?

VI. DISEÑO METODOLÓGICO

6.1. Tipo de investigación

Esta investigación es evaluativa, ya que valora las actividades que desarrollaron en la Asignatura Prácticas Profesionales y las habilidades y destrezas que adquirieron los estudiantes de V año de Administración de Empresas en la Asignatura Prácticas Profesionales, ampliando la información. Una breve definición de la investigación evaluativa es la determinación del valor de un programa, un procedimiento o un objeto educativo, o de la posible utilidad de enfoques alternativos para conseguir propósitos específicos (McMillan y Schumacher, 2005) Su propósito consiste en planificar, mejorar y justificar los procedimientos aplicados en las Prácticas Profesionales.

El propósito de esta investigación consiste en ayudar a las personas que toman decisiones en cuanto a la organización y aspectos metodológicos de las Prácticas Profesionales que cursan los estudiantes de V año de Administración de Empresas.

Es una investigación transversal, ya que abarca un pequeño período de tiempo durante el cual se desarrolla el fenómeno, en este caso el primer semestre de 2008, con enfoque cuantitativo, ya que se hará un análisis estadístico, tanto de diferentes destrezas y habilidades adquiridas, como de la metodología y organización de la Asignatura Prácticas Profesionales y de las actividades realizadas durante el curso; también se realizará la comparación de la realidad con los postulados teóricos, ejemplificando y estableciendo analogías.

La presente investigación es cuantitativa, con algunos elementos cualitativos, ya que cuando en un mismo estudio se aplican dos perspectivas metodológicas con orientaciones diferentes, se obtienen dos visiones

complementarias de un mismo fenómeno. Cook y Reichart (citado por Meza, s.f.) dicen: "Cuando se aplican métodos cuantitativos se miden características o variables que pueden tomar valores numéricos y deben describirse para facilitar la búsqueda de posibles relaciones mediante el análisis estadístico" En cambio, el enfoque cualitativo consiste en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos que son observables. Incorpora lo que los participantes dicen, sus experiencias, actitudes, creencias, pensamientos y reflexiones tal como son expresadas por ellos mismos y no como uno los describe. (González y Hernández, 2003)

Ya que el estudio está basado en las técnicas cuantitativas, que son las encuestas, y se complementa con las técnicas cualitativas que son las entrevistas a profundidad, se logra tener mayor conocimiento del objeto de estudio, porque permite conocer sus diferentes aspectos.

Esta investigación corresponde a un estudio ex-post-facto, ya que estudia el fenómeno después de su realización: las prácticas tuvieron lugar en el primer semestre de 2008, y el estudio se realizó en el segundo semestre del mismo año.

6.2. Población y muestra

El universo de estudio son todos los estudiantes de V año de Administración de Empresas (45) y los maestros que imparten la Asignatura Prácticas Profesionales (3)

En realidad, pocas veces es posible medir a toda la población, por lo que se obtiene o se selecciona una muestra y, desde luego se pretende que este subconjunto sea un reflejo fiel de la población. Como puntualiza Hernández Sampieri et al (2003) es importante señalar que tanto en estudios cuantitativos como cualitativos, o en la mezcla de ambos enfoques, se recolectan datos de una muestra. La muestra para este estudio es no probabilística, de sujetos voluntarios.

Las muestras de sujetos voluntarios son frecuentes en ciencias sociales y en ciencias de la conducta.

Se utilizó la siguiente fórmula para obtener el tamaño de la muestra para la aplicación de cuestionarios (Hernández Sampieri et al, 2003: 309-310).

$$n' = \frac{s^2}{v^2}$$

Donde:

n' es el tamaño provisional de la muestra

s^2 es la varianza de la muestra, la cual se puede determinar en términos de probabilidad y se obtiene

$$s^2 = p(1 - p)$$

Donde:

p es la probabilidad de ocurrencia (determinada en 0.5 de acuerdo con la sugerencia de Hernández Sampieri et al (2003), que quiere decir el 50% de cada caso tiene la probabilidad de ser elegido).

v^2 es la varianza de la población, se define como el cuadrado del error estándar.

Se determinó un error estándar del 0.05, lo que da un nivel de confiabilidad del 95%. Entonces:

$$s^2 = p(1 - p) = 0.5(1 - 0.5) = 0.5(0.5) = 0.25$$

$$v^2 = (0.05)^2 = 0.0025$$

Sustituyendo en la fórmula para n' :

$$n' = \frac{s^2}{v^2} = \frac{0.25}{0.0025} = 100$$

Posteriormente, el tamaño provisional de la muestra se ajustó, aplicando la siguiente fórmula para la muestra ajustada:

$$2) n = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}} = \frac{100}{1 + \frac{100}{45}} = \frac{100}{1 + 2.22} = \frac{100}{3.22} = 31.03 \approx 32$$

Donde:

N es el tamaño de la población

n' es el tamaño de la muestra sin ajustar

n es el tamaño de la muestra ajustada

El tamaño de la muestra con un error estándar de 0.05 es de 32 estudiantes más un 10% con fines de control de calidad como lo recomienda Rojas (1985).

$n = 32 + 4 = 36$, decidiendo dejarlo a 36 estudiantes para los efectos de posible error de no respuesta.

$n = 36$ estudiantes.

En el caso de encuestas a los docentes, la muestra la conformó toda la población, o sea, el 100%, por ser pequeña la población, ya que son 3 docentes en total.

6.3. Métodos de recolección de datos

Los datos se recolectaron mediante las entrevistas a profundidad a los maestros que imparten la Asignatura Práctica de Profesionalización (Anexo 1), las cuales se emplearon con el objetivo de valorar la metodología y forma de organización de las Prácticas Profesionales por los docentes, y el instrumento consta de 17 preguntas, y encuestas a los estudiantes de V año de Administración de Empresas que cursaron esta asignatura en el primer semestre de 2008 (Anexo 2), con el objetivo de identificar las actividades realizadas durante

las Prácticas Profesionales y determinar la percepción de los estudiantes en cuanto a los insumos que proporcionan las empresas para cumplir con el Plan de las prácticas. Las encuestas contienen las siguientes partes: Datos generales, Destrezas y habilidades para el desempeño laboral, Destrezas y habilidades en relaciones interpersonales, Metodología y Organización de las Prácticas Profesionales y Percepción sobre los insumos que proporcionaron las empresas. En total, el cuestionario contiene 54 preguntas, incluyendo preguntas dicotómicas, de selección múltiple y abiertas.

Para la validación de instrumentos se eligieron 9 expertos, de los cuales su opinión la expresaron 8: MSc. Carmen Fernández, Coordinadora de Metodología de Investigación de CUR Matagalpa, MSc. Franklin Rivera, Coordinador de Investigación de CUR Matagalpa, MSc. Elmer Mosher, Director del Departamento de Ciencias Administrativas y Tecnológicas, Lic. Francisco Hernández, Coordinador de Carrera de Administración de Empresas, Ing. Francisco Chavarría, Coordinador de Carrera de Ingeniería Agronómica, por su amplia experiencia en Prácticas Profesionales, Lic. Martha González, pedagoga y Coordinadora de Área de Español, para revisar la redacción de las preguntas, Lic. Martha Esquivel, Administradora, como Docente de área, y Lic. Mercedes Mendoza, maestrante del programa de Maestría en Pedagogía.

Como se puede observar, los jueces seleccionados se desempeñan en áreas de investigación, pedagogía, administración y coordinación de prácticas, todos con amplia experiencia en los campos mencionados.

A cada juez se proporcionaron los instrumentos con una solicitud de validación (Anexo 3) y los resultados fueron tomados en cuenta para mejorar el diseño de los instrumentos, que consistió en mejoras de redacción de algunas preguntas para su mejor interpretación por los encuestados e inserción de dos nuevas preguntas para abarcar con mayor profundidad las variables.

6.4. Procedimientos

Tanto las encuestas como las entrevistas se aplicaron en la segunda semana de octubre de 2008, ya que las prácticas se concluyeron en julio del mismo año.

Los recursos que se utilizaron son la fotocopidora para reproducir los instrumentos, la computadora con el software necesario para procesar la información, en este caso SPSS versión 15 en español, impresora, cartuchos de tinta y papel bond para la impresión del informe de investigación.

Se utilizó el método empírico, ya que se obtuvo la información a través de encuestas y entrevistas y el método teórico, ya que para la construcción del marco teórico, elaboración de los instrumentos y discusión de los resultados, se analizaron diversas fuentes bibliográficas y de INTERNET.

Se utilizaron también los métodos inductivo, deductivo, la síntesis y el análisis. El análisis inductivo significa que las categorías y los modelos surgen a partir de los datos que vienen impuestos por la formulación de datos (McMillan y Schumacher, 2005) El método inductivo se utilizó para generalizar los datos particulares que se recogieron mediante encuestas y entrevistas.

La deducción parte de un marco general de referencia y se va hacia un caso en particular, donde se comparan las características de un caso objeto con la definición que se ha acordado para una clase determinada de objetos y fenómenos (Rojas, 1985) El método deductivo se utilizó para la aplicación de las leyes generales a los casos particulares.

Análisis y síntesis aparecen como procedimientos lógicos del intelecto que se realizan con ayuda de conceptos abstractos y se hallan estrechamente vinculados a otras operaciones del pensar: la abstracción, la generalización, etc.

(Rojas, 1985) El análisis lógico consiste en la descomposición mental del objeto investigado en sus partes componentes, y la síntesis en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad y son los métodos para obtener nuevos conocimientos. El análisis se aplicó para descomponer las competencias adquiridas en sus partes y cualidades y la síntesis para establecer la unión de estas partes, previamente analizadas y descubrir las características generales del fenómeno que se investigó.

VII. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Dentro de las destrezas y habilidades para el desempeño laboral, adquiridas en las prácticas, se analizaron cuatro grupos de destrezas: en Recursos Humanos, en Mercadeo, en Finanzas y en Relaciones Interpersonales.

Las destrezas en Recursos Humanos que debe tener un egresado de la Carrera Administración de Empresas, consiste en poder identificar y analizar las fuentes de reclutamiento, participar en la entrevista de selección, conocer como se elabora la nómina, principales devengados y deducciones, métodos y periodicidad de evaluación de personal, normas de higiene y seguridad laboral.

Todos los estudiantes que cursaron la práctica, pudieron identificar las fuentes de reclutamiento, identificando que 36.11% tiene fuente externa, 13.89% interna y 50% mixta (Gráfico 1) Realmente, en la mayoría de las empresas de Matagalpa no hay posibilidad de promoción interna y la fuente de reclutamiento es externa.

Werther y Davis (1995:158) afirman que la contratación externa debe complementarse con el reclutamiento interno. En este caso, los estudiantes en el transcurso de sus prácticas se cercioraron que en la realidad de la empresa matagalpina no es así.

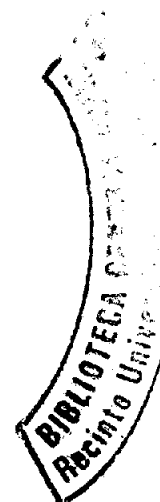
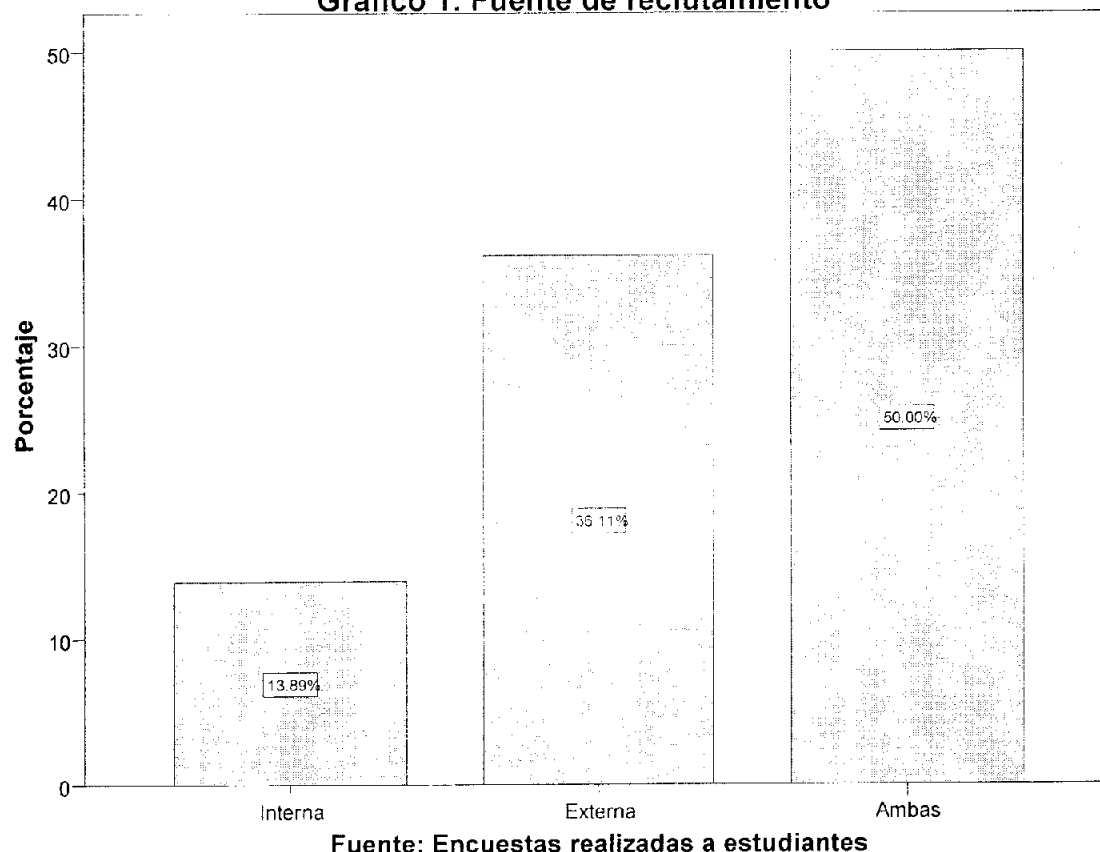
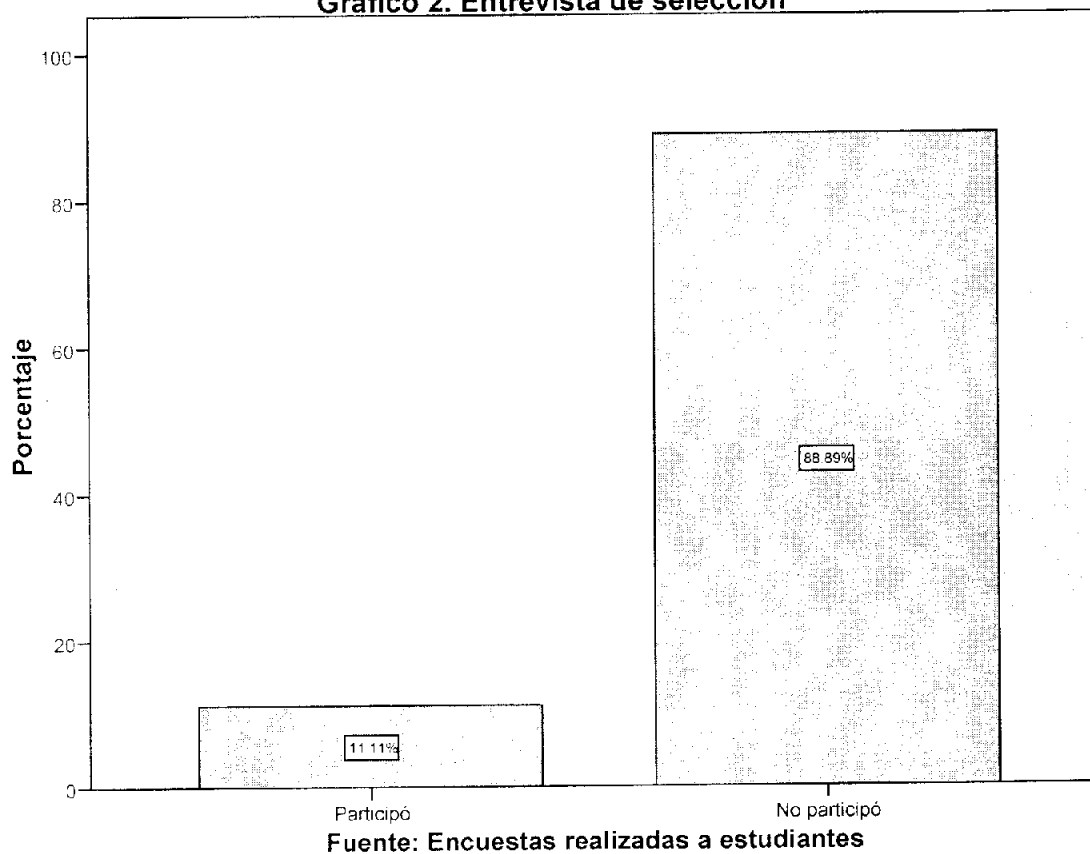


Gráfico 1. Fuente de reclutamiento



En el transcurso de la práctica solo 11.11% de los estudiantes encuestados tuvo la oportunidad de participar en la preparación, aplicación y análisis de una entrevista de selección, así que la mayoría constituida por 88.89% afirma que no participaron en el proceso de entrevistas de selección del personal (Gráfico 2)

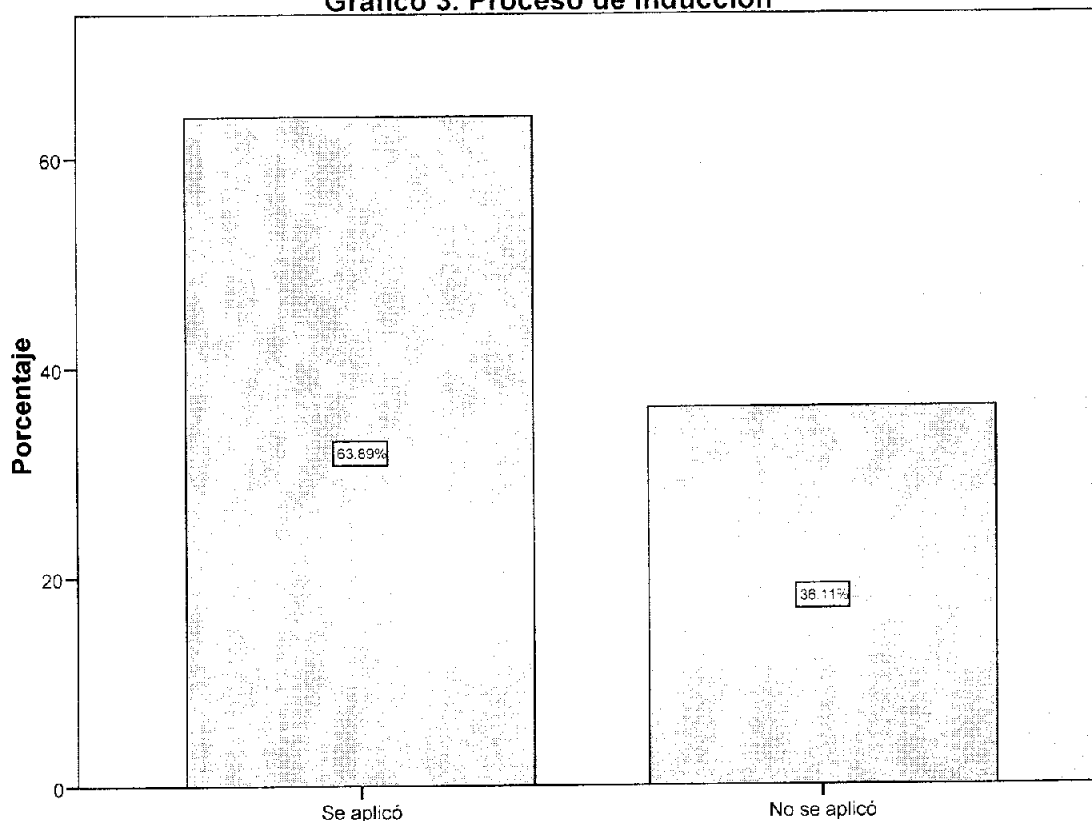
Según Chiavenato, citado por Naranjo (2007), la selección contiene ocho pasos, entre los cuales la entrevista ocupa un lugar esencial. Es probable, que durante la estadía de los alumnos en las empresas, no se ha contratado nuevo personal, sin embargo, las empresas mantienen amplios archivos sobre resultados de entrevistas con el personal que ya ha sido contratado anteriormente. Quiere decir, que los estudiantes no tuvieron acceso a estos archivos, y no pudieron adquirir destrezas prácticas en este importante proceso.

Gráfico 2. Entrevista de selección

Sin embargo, en el otro paso de selección y contratación, que es el proceso de inducción, la mayoría de los estudiantes tuvieron oportunidad de participar.

En el gráfico 3 se puede observar que a 63.89% de los estudiantes se les aplicó el proceso de inducción.

Gráfico 3. Proceso de inducción



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Werther y Davis (1995:190) subrayan la importancia de inducción para que el nuevo trabajador se familiarice tanto con la empresa, como con sus funciones.

Si el futuro administrador en el transcurso de sus Prácticas Profesionales logra experimentar los beneficios del proceso de inducción, afianzará sus conocimientos teóricos sobre los pasos e importancia de éste.

Otras destrezas importantes en el área de administración de recursos humanos que deben adquirir los estudiantes en la práctica, es el manejo de planilla. Para indagar su aprendizaje, se hicieron las preguntas de conocimiento general sobre planilla.

Primera de ellas se refería a la forma de recolección de datos (Gráfico 4) Todos los encuestados mostraron conocimiento sobre qué son estas formas y cuáles se aplican en la empresa donde ellos cursaron sus prácticas.

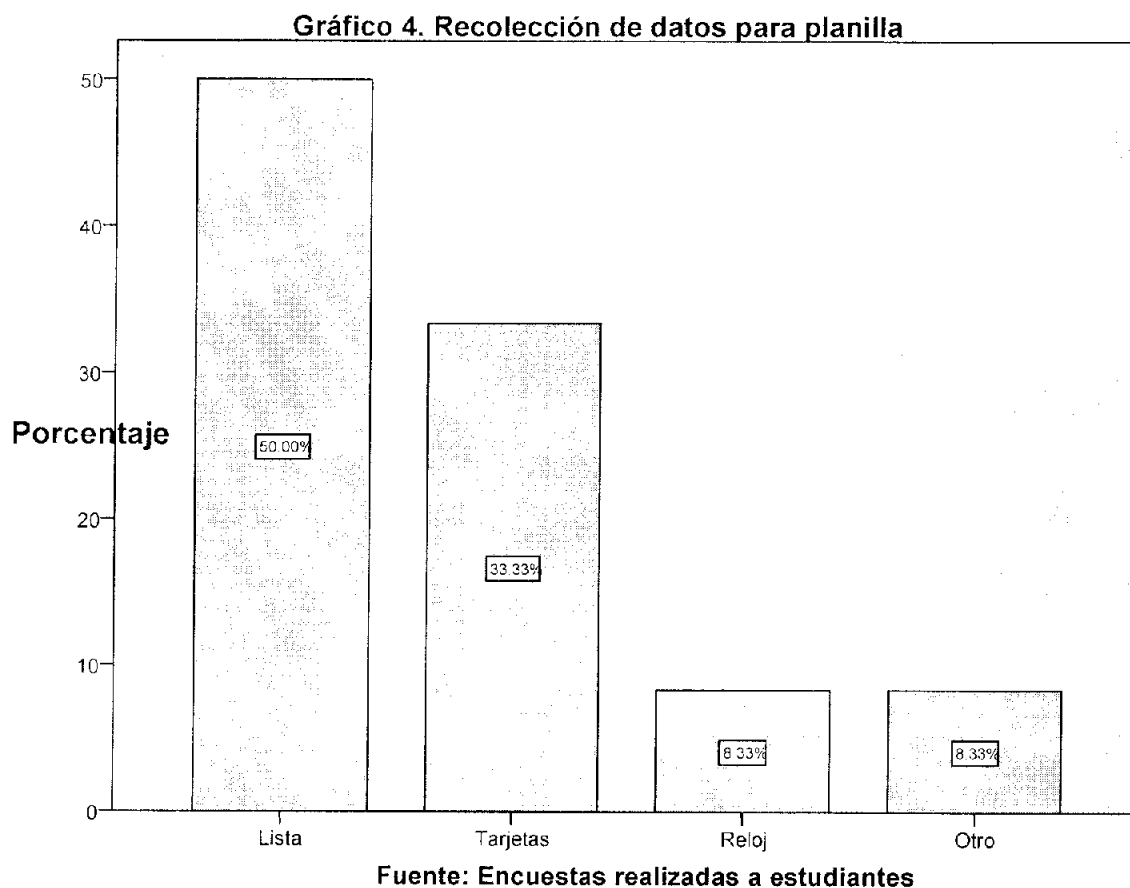
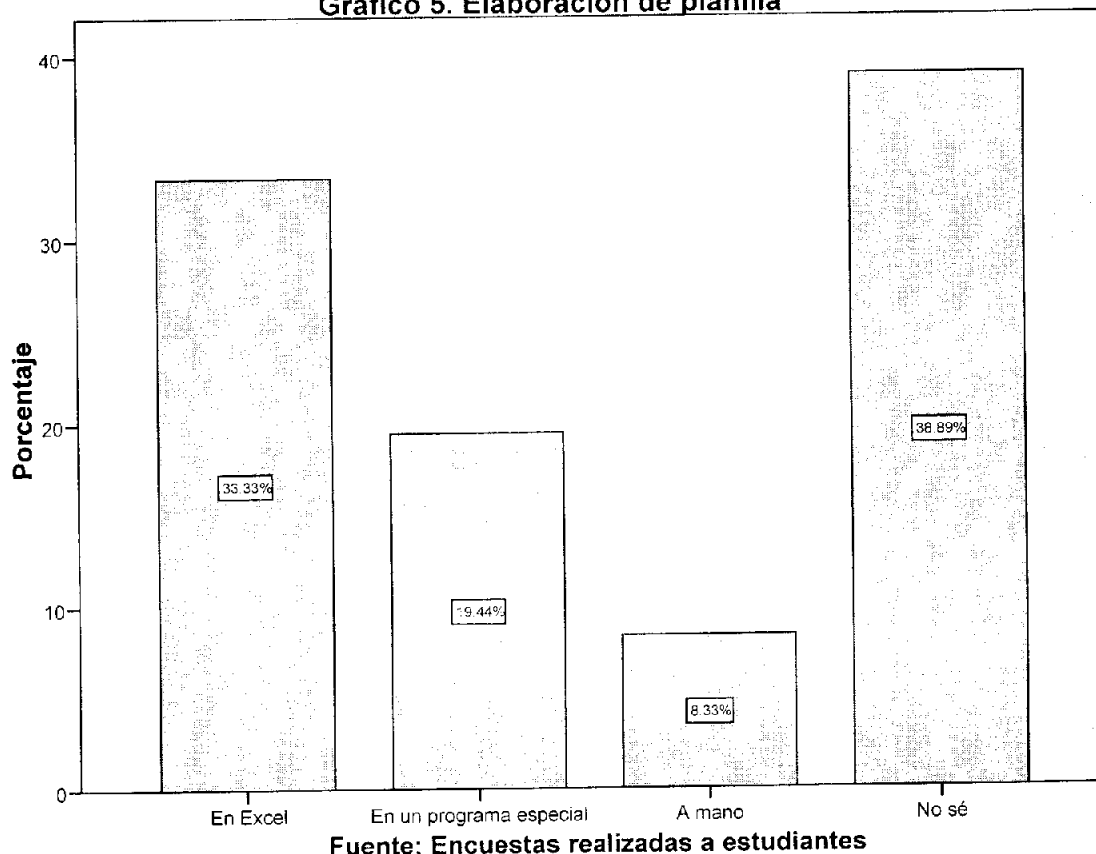
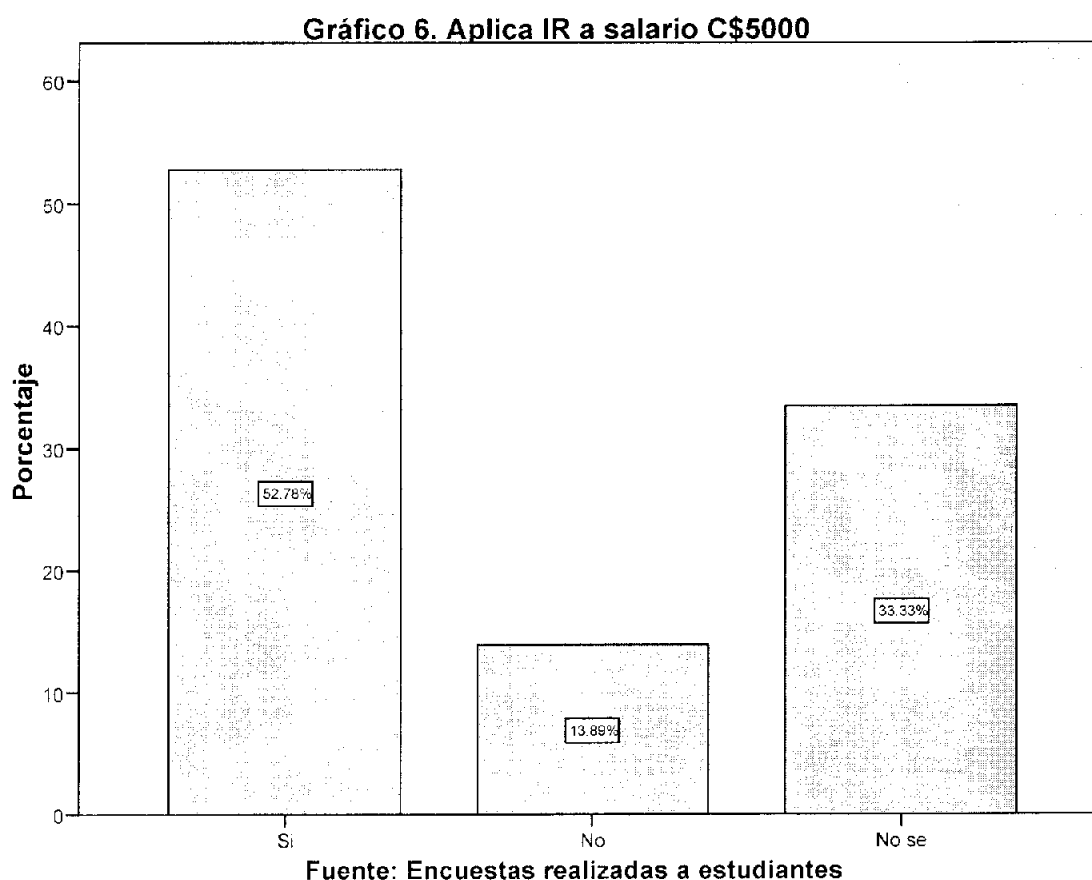


Gráfico 5. Elaboración de planilla



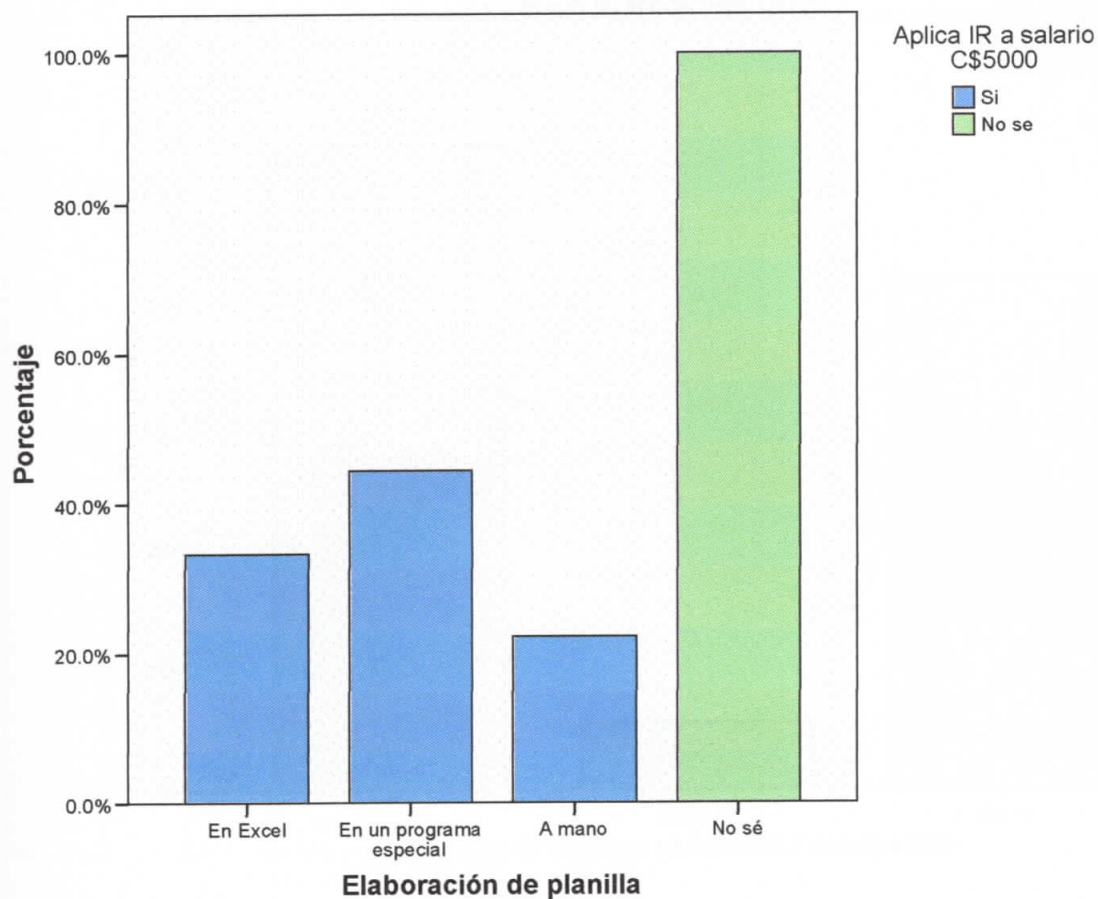
Para comprobar el grado de dominio de los conceptos de deducciones, se hizo la pregunta si sobre 5,000 córdobas de salario se deduce el Impuesto sobre la Renta (IR). Según la Ley de Equidad Fiscal (2002), se deduce a partir de 50,000 córdobas anuales, que equivale a 4,766.67 córdobas mensuales. Como se puede observar en el Gráfico 6, prácticamente los mismos estudiantes que no tuvieron oportunidad de trabajar de cerca con planilla, no pudieron responder correctamente esta pregunta, ya que 33.33% afirman que no saben la respuesta correcta y 13.89% dicen que no, siendo la respuesta correcta "Sí".



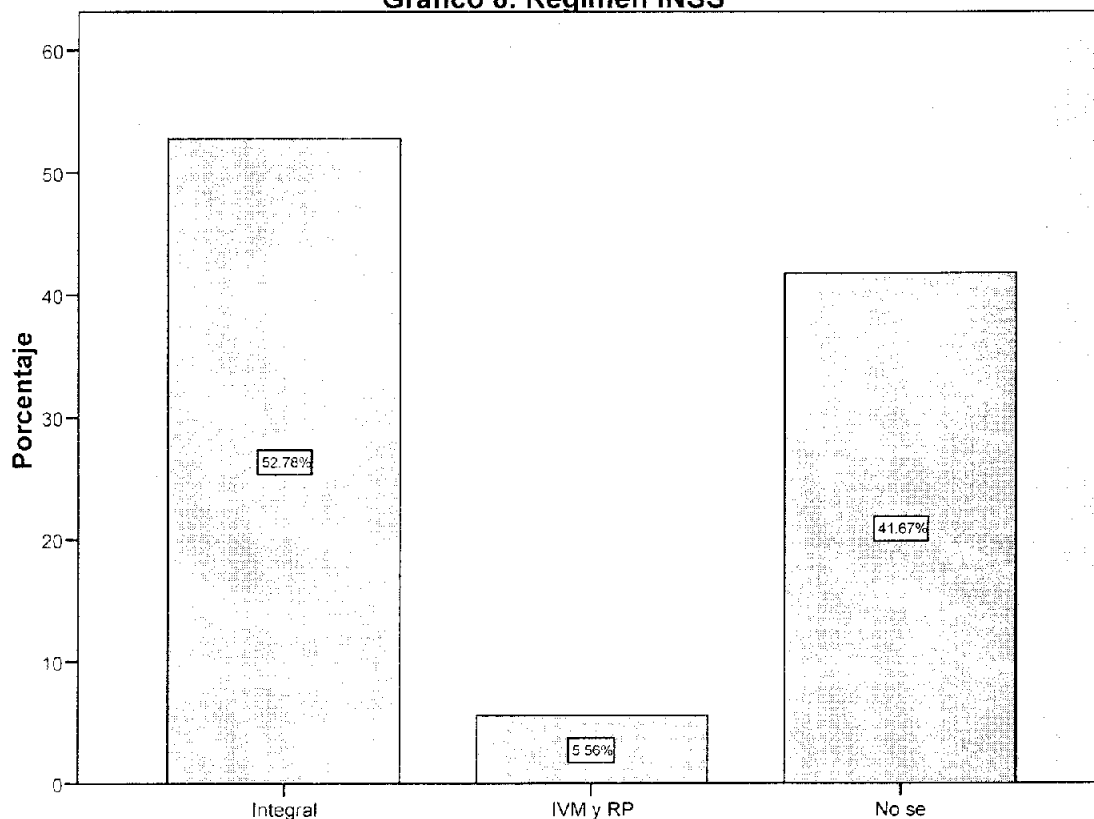
Se hizo un gráfico para mostrar más explícita la relación del conocimiento de la manera de procesar los datos de planilla y una de las deducciones, que es el IR (Gráfico7)

Como se puede observar, los mismos estudiantes que no supieron identificar el modo de procesar la planilla, no pudieron contestar correctamente la pregunta sobre aplicación del INSS. Los que indicaron como se procesa la planilla (en Excel, en un programa especial o manual) contestaron correctamente que sí se aplica el IR a un salario de 5,000 córdobas.

Gráfico 7. Relación de conocimiento de Elaboración de Planilla con el conocimiento de aplicación de IR



Otra pregunta, siempre relacionada con el conocimiento de manejo de planilla y recursos humanos, se hizo sobre el régimen del INSS. Confirmando las observaciones anteriores, el 41.57% de estudiantes desconocen el régimen del INSS de la empresa donde cursaron la práctica (Gráfico 8)

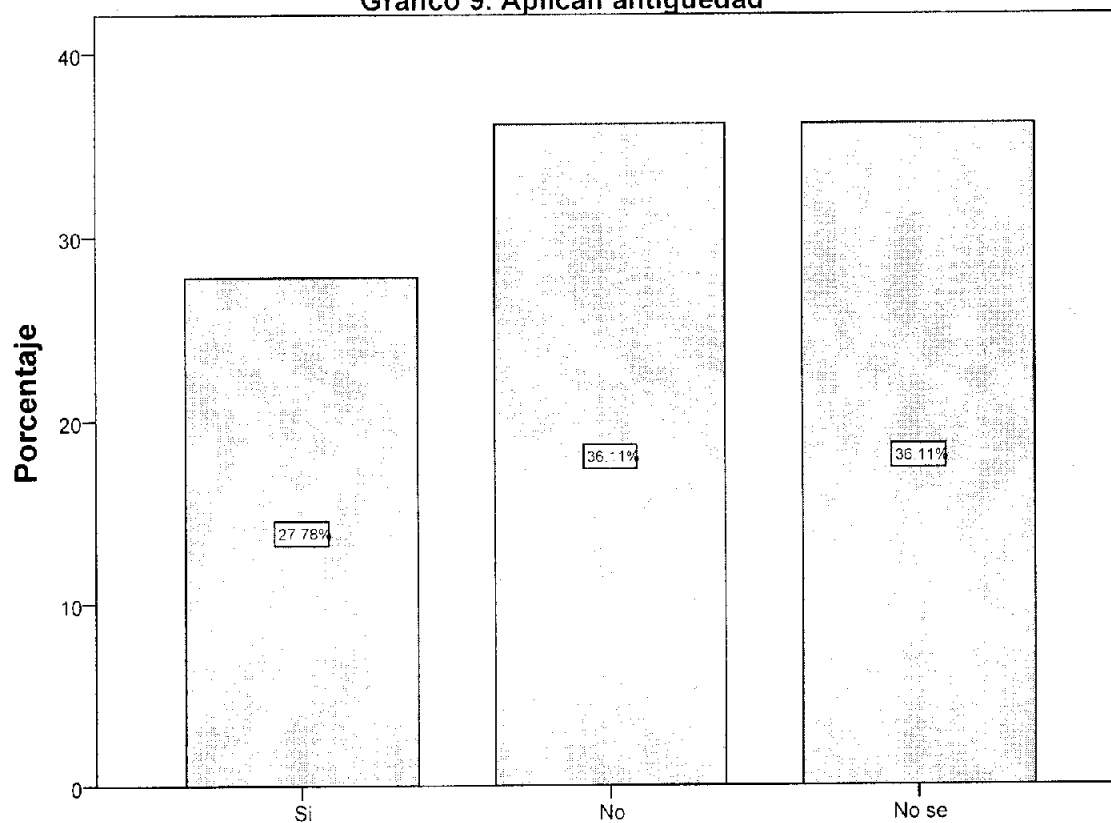
Gráfico 8. Régimen INSS

Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

También se hicieron preguntas sobre otros devengados y beneficios sociales, como antigüedad, bonos y permisos, alimentación y transporte.

Una gran cantidad de estudiantes no conocen los beneficios sociales básicos que aplica la empresa donde cursaron su práctica. Así, 36.11% de los estudiantes encuestados no saben si la empresa aplica el pago de antigüedad a sus trabajadores (Gráfico 9), lo que indica que no conocen tanto el área de recursos humanos como el de finanzas.

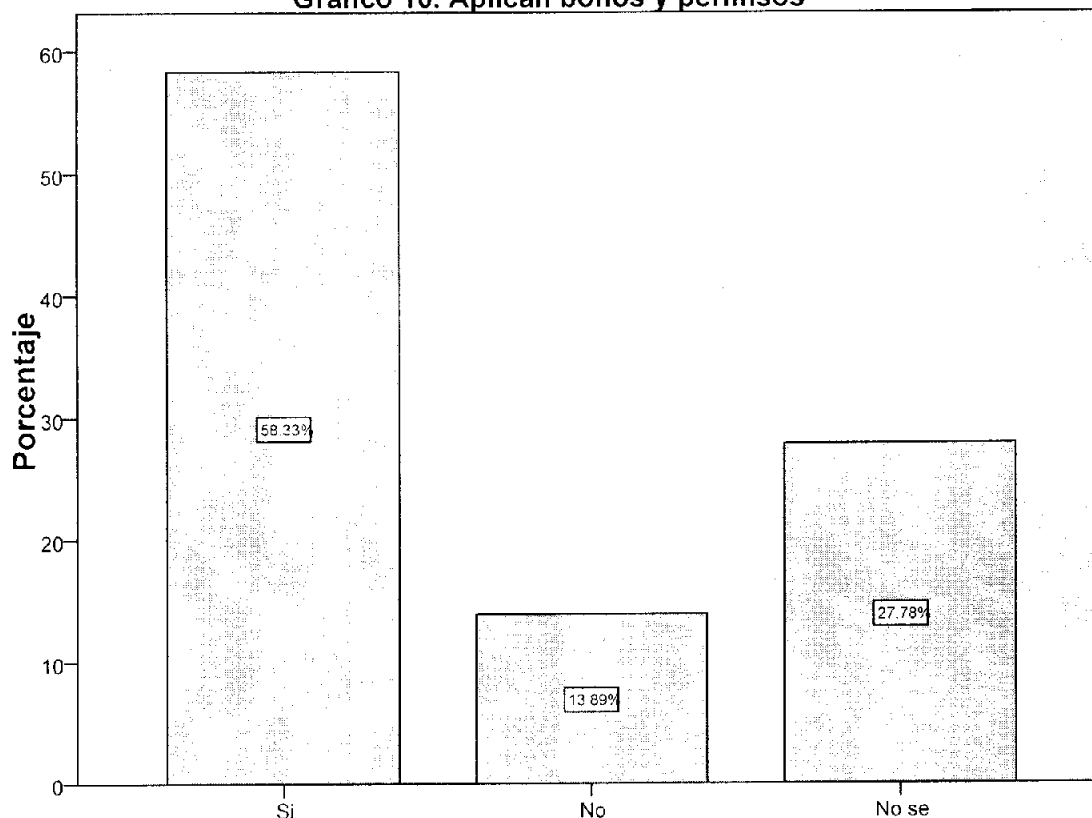
Gráfico 9. Aplican antigüedad



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

En el caso de bonos y permisos hay un mayor grado de dominio, ya que sólo 27.78% de los encuestados afirman que no saben si la empresa los aplica (Gráfico 10)

El mejor grado de conocimiento sobre permisos puede explicarse por su aplicación por parte de los empresarios a los estudiantes que cursaron la práctica, ya que muchos en algún momento solicitan un permiso por varias horas o por un día y de allí pueden conocer si la empresa los otorga o no.

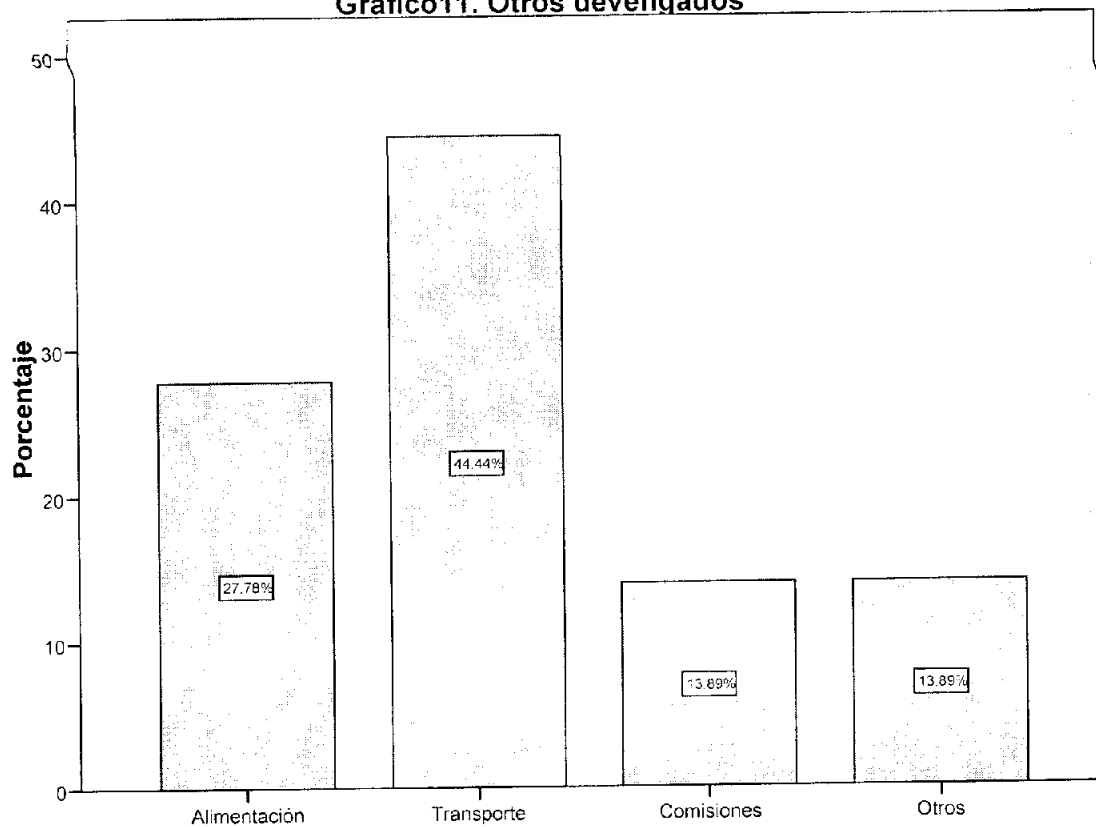
Gráfico 10. Aplican bonos y permisos

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Por la misma razón de aplicabilidad a los practicantes, los estudiantes muestran en su totalidad el dominio de otros devengados, tales como la alimentación, transporte, comisiones y otros, entre los cuales mencionan paseos, actividades de fin de año, bonos por inventario correcto e incentivos por resultados de producción (Gráfico 11)

Cabe mencionar que la mayoría de estos devengados se encuentra fuera de la nómina y por esta razón el conocimiento sobre ellos no se relaciona con la habilidad de elaboración de planilla. Esto se confirma con los datos de que aunque el 38.89% de los encuestados no ha adquirido las destrezas necesarias para elaborar una planilla de manera independiente con todos los devengados y deducciones correspondientes, todos conocen los beneficios sociales que proporciona la empresa fuera de planilla.

Gráfico11. Otros devengados

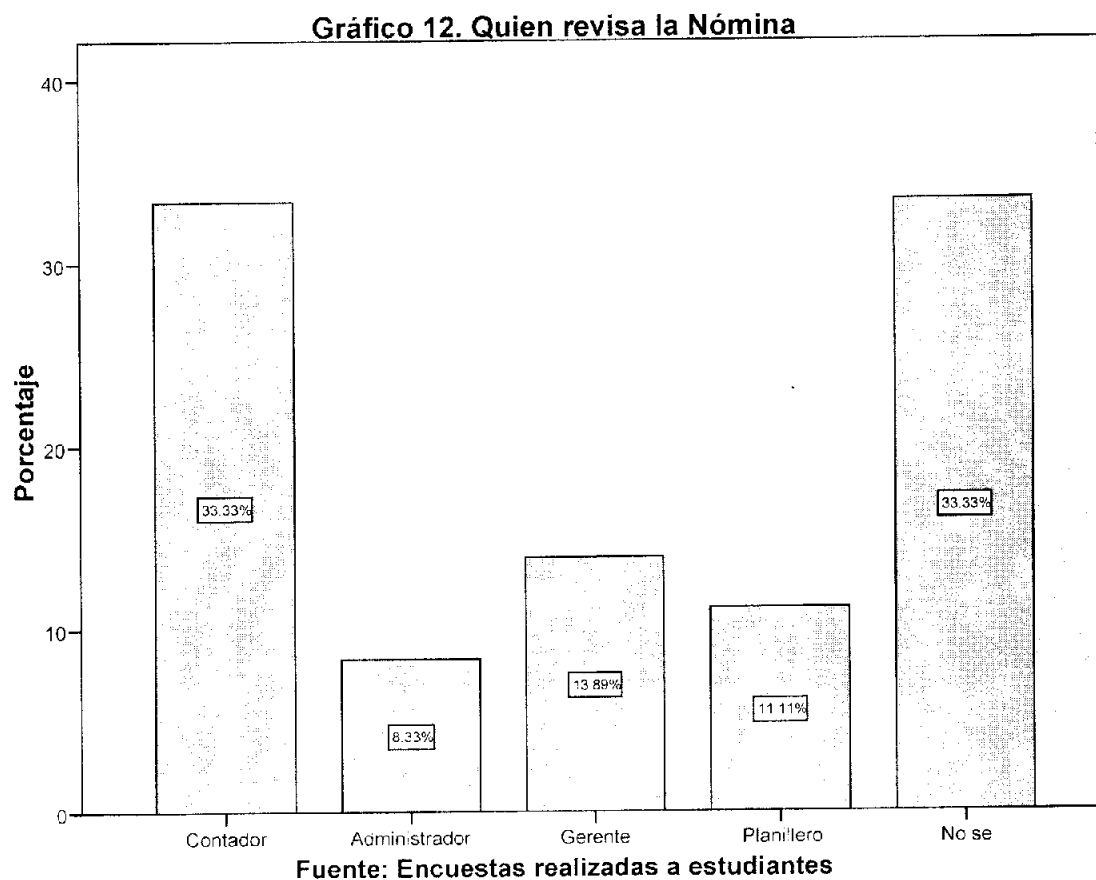


Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Culminando con la verificación de las destrezas y habilidades adquiridas en la práctica en la materia de Planilla, se preguntó quién revisa y autoriza la nómina. En la práctica de la empresa nicaragüense, según las Normas y Procedimientos Contables, la Nómina la revisa el contador y autoriza el gerente (Narváez, 2003). Todas las empresas donde los estudiantes cursaron las prácticas se auditan periódicamente y cumplen con esta normativa. Entonces, las indicaciones de otros funcionarios sugieren falta de conocimiento de los estudiantes.

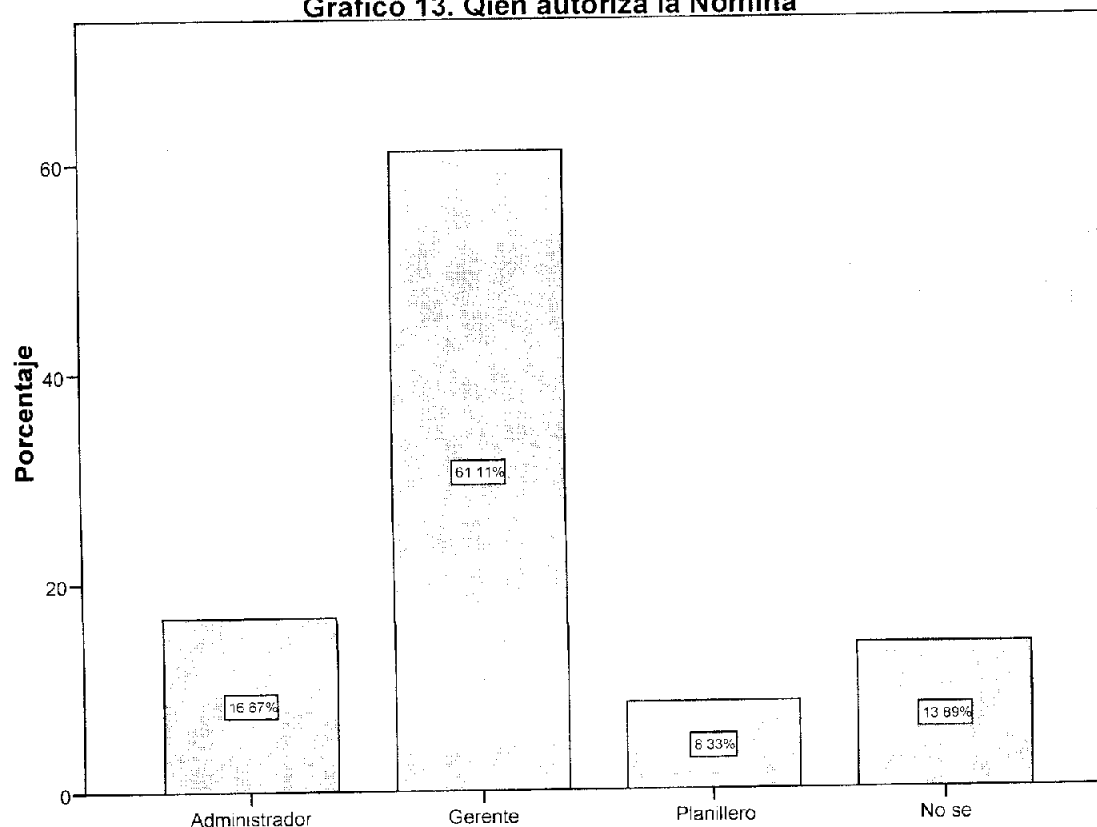
Como muestra el gráfico 12, en el caso de la revisión de nómina, el 33.33% de los estudiantes responden correctamente, que es el contador quien revisa la nómina. Otros 62.27% no manejan los datos correctos, de ellos 33.33% contestan

que no saben y otros dan respuesta incorrecta: 13.89% dicen que es el gerente, 11.11% afirman que es el planillero y 8.33% suponen que es el administrador.



En el caso de la autorización de la nómina (Gráfico 13) el porcentaje de las respuestas correctas es mucho mayor, alcanzando el 61.11%. Aún así, estos porcentajes son bastante bajos e indican que los educandos no tuvieron suficiente práctica en el manejo de planilla.

Gráfico 13. Qien autoriza la Nómina

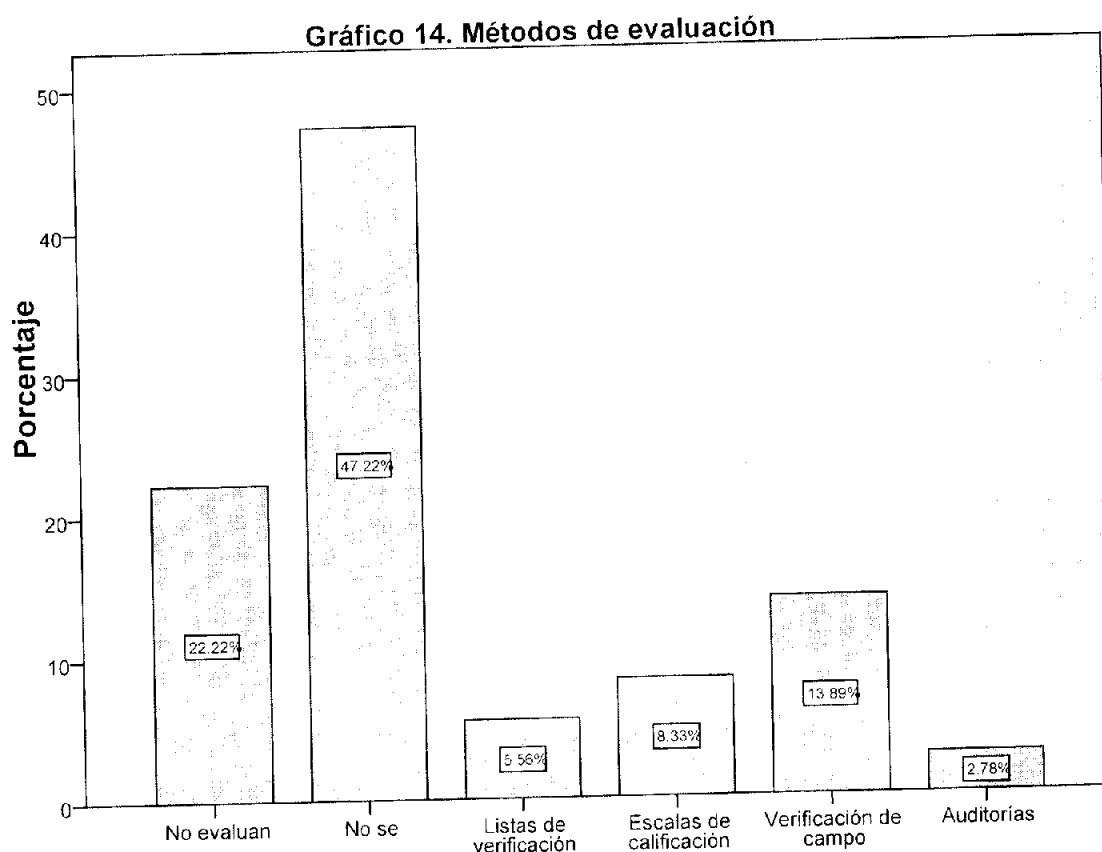


Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Dentro de las habilidades y destrezas relacionadas con recursos humanos, se encuentra la evaluación del personal. Se hizo la pregunta sobre los métodos de evaluación que utiliza la empresa. El Gráfico 14 muestra, que el 47.22% de los estudiantes respondieron que no saben, un 22.22% afirman que en las empresas no evalúan al personal de ninguna manera, 13.89% mencionan las verificaciones de campo, 8.33% afirman que en la empresa utiliza la escala de calificación, un 5.56% dicen que utilizan las listas de verificación y 2.78% afirma que hacen las auditorías.

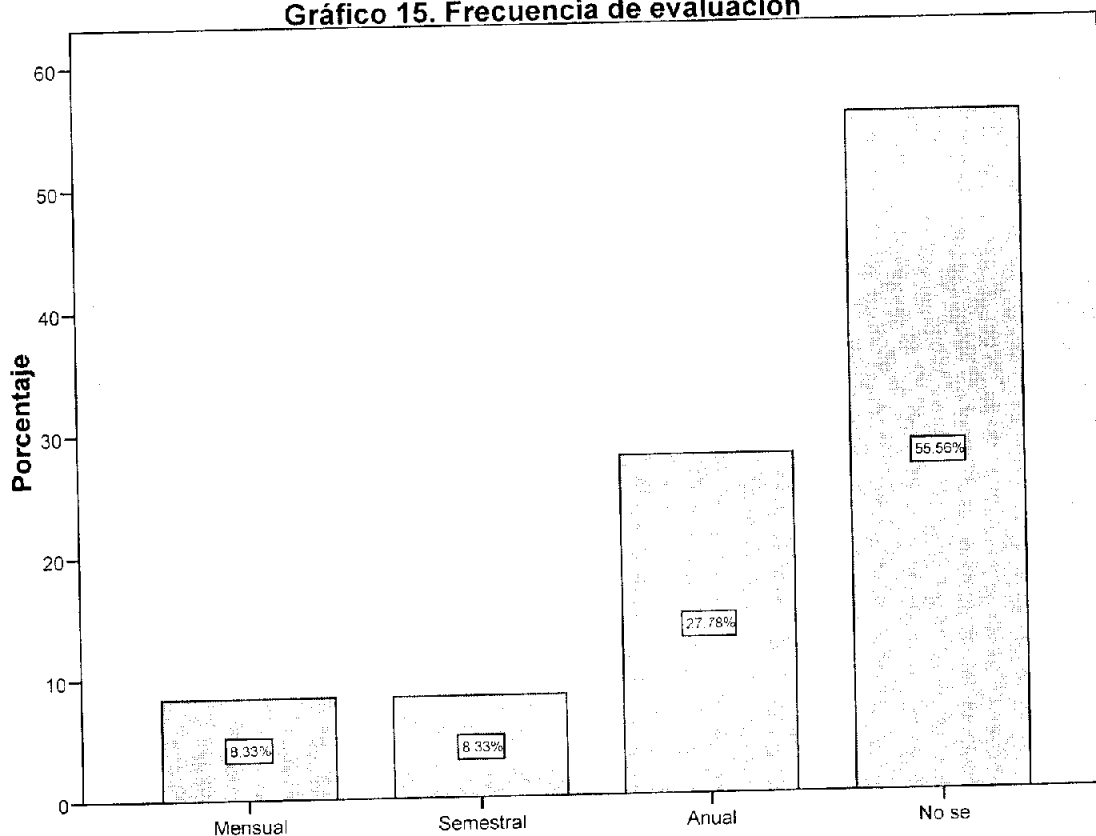
Werther y Davis (1995:231) indican que es indispensable la evaluación del desempeño para estimar el rendimiento global del empleado. El 52.78% de

estudiantes tuvieron acceso a la información sobre las formas de evaluación, ya que pudieron mencionarlas (listas de verificación 5.56%, escalas de evaluación 8.33%, verificación de campo 13.89%, auditorías 2.78%) Otros 47.22% no tuvieron esta oportunidad, que puede ocasionar las dificultades en su desempeño laboral.



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

En cuanto a la frecuencia de la evaluación, el 55.56% de los estudiantes contestaron que no saben, ya que la empresa no proporcionó datos sobre este tema (Gráfico 15)

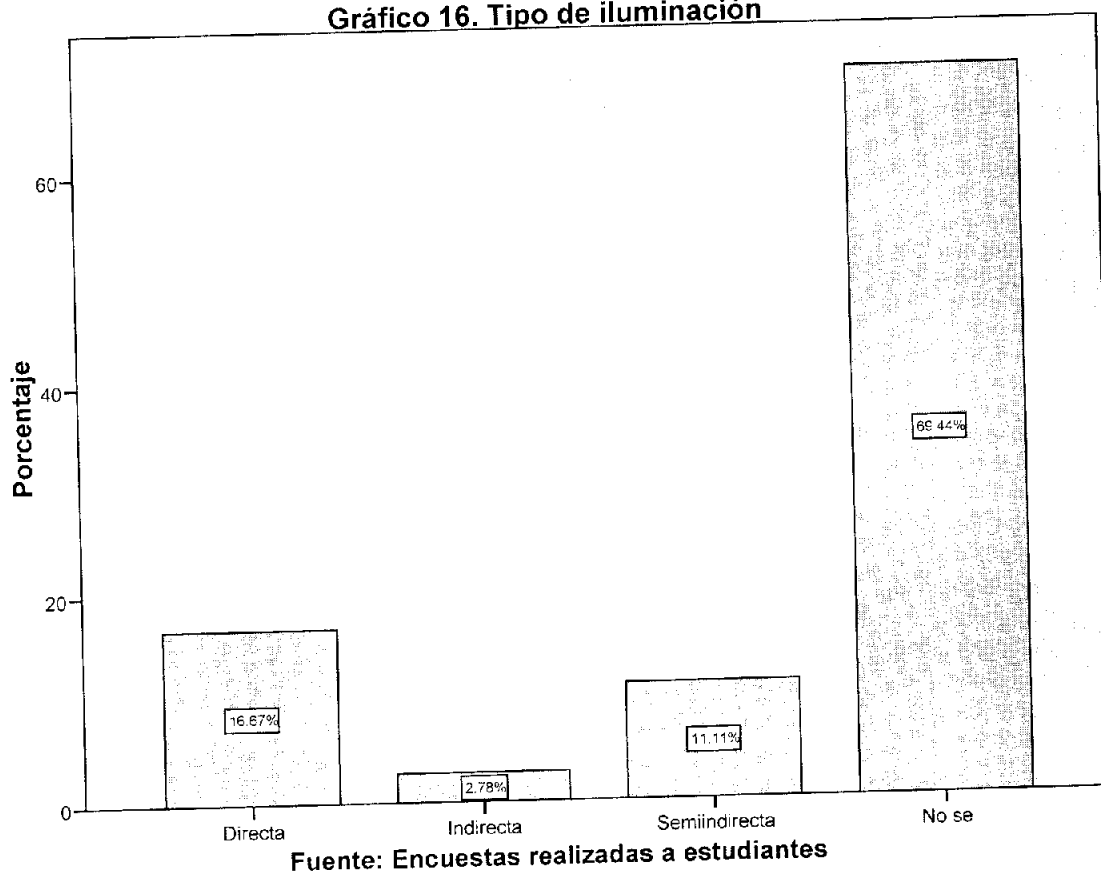
Gráfico 15. Frecuencia de evaluación

Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

En las destrezas relacionadas con el manejo de Recursos Humanos, también se hicieron preguntas sobre la higiene y seguridad laboral. El conocimiento de las condiciones de trabajo y de los parámetros establecidos ayuda al profesional a buscar soluciones a los problemas encontrados, afirman Werther y Davis (1995:216)

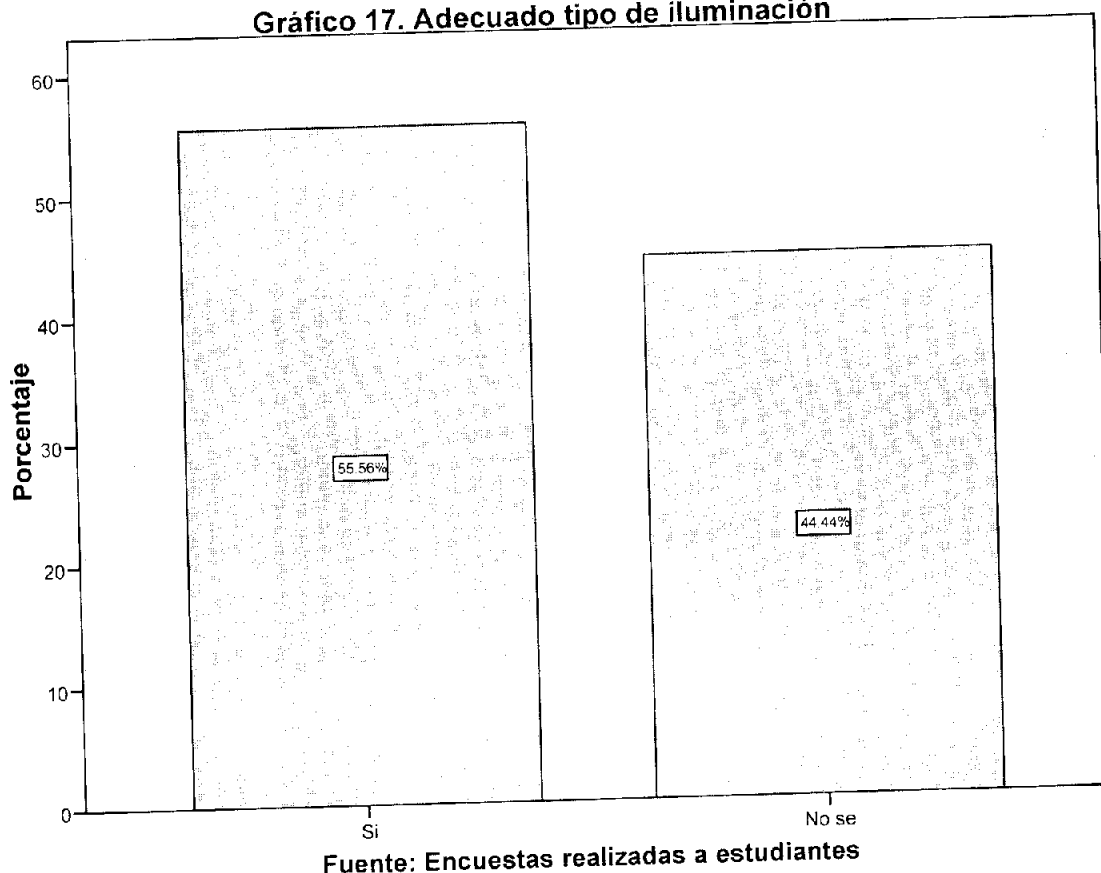
En los gráficos 16 y 17 se reflejan las respuestas a las preguntas sobre el tipo de iluminación y su adecuación. El 69.44% de los estudiantes no pudieron determinar el tipo de iluminación, aunque es fácilmente observable (gráfico 16) Esta falta se debe a que los estudiantes no refrescan el conocimiento teórico sobre las condiciones laborales, en el taller con cual se inician las prácticas.

Gráfico 16. Tipo de iluminación



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

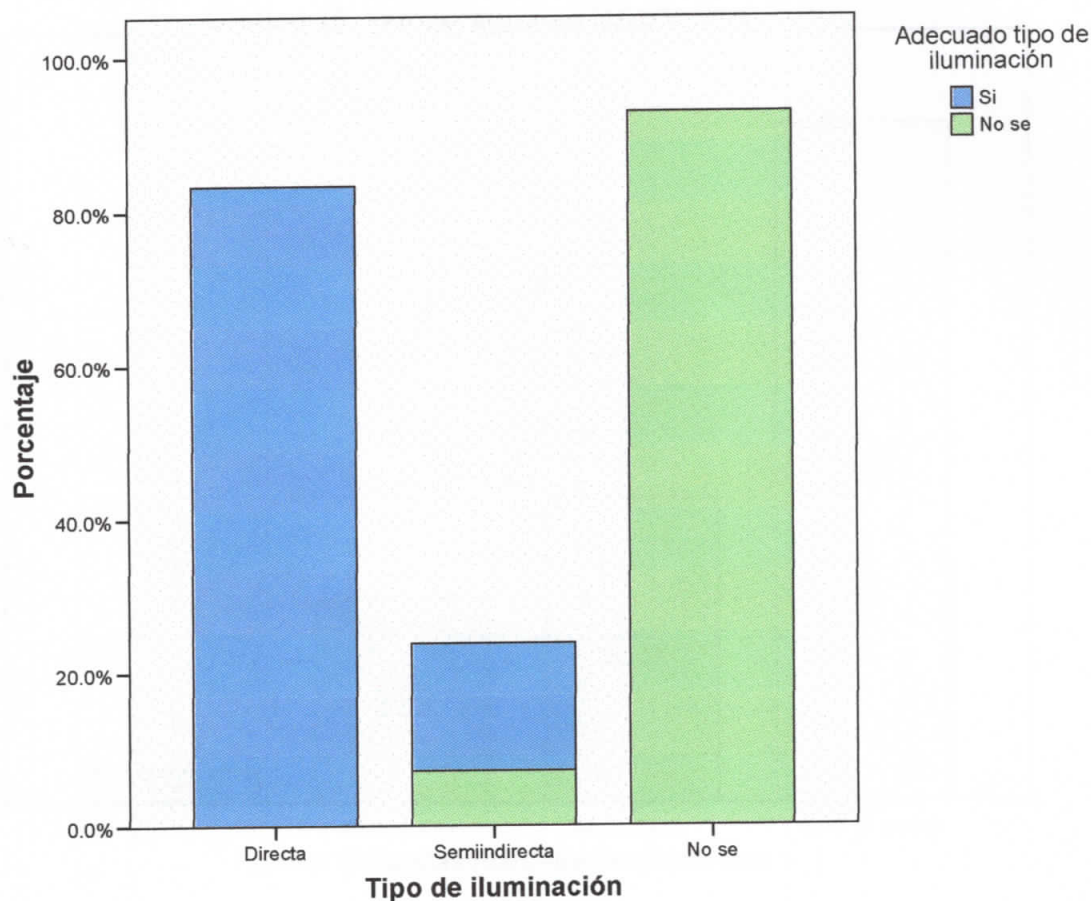
Sin embargo, 55.56% de los estudiantes se sintieron en capacidad de determinar si esta iluminación es adecuada o no y 44.44% dijeron que no pueden determinarlo (Gráfico 17) La adecuación del tipo de iluminación está en dependencia directa con las labores que realiza el trabajador, según afirma Zeledón (2007) y un administrador de empresas debe desarrollar esta habilidad en la práctica. Lamentablemente, es evidente que gran parte de los estudiantes no han podido desarrollar esta habilidad para valorar la higiene laboral.

Gráfico 17. Adecuado tipo de iluminación

Se hizo cruce de variables del tipo de iluminación y su adecuación (Gráfico 18) De los estudiantes entrevistados hubo un 5% que supo determinar el tipo de iluminación, pero no sabe si es adecuado o no. Realmente, un porcentaje muy pequeño que indica que el estudiante que tiene la habilidad de determinar el tipo de iluminación, en un 95% de casos también puede determinar correctamente si es adecuada o no.

Sin embargo, la habilidad de determinar si la iluminación es adecuada a una determinada labor no tiene relación inversa con el conocimiento del tipo de iluminación. Este conocimiento ayuda al administrador en la práctica laboral corregir de manera más idónea mal diseño de la ubicación de luminarias y luz natural.

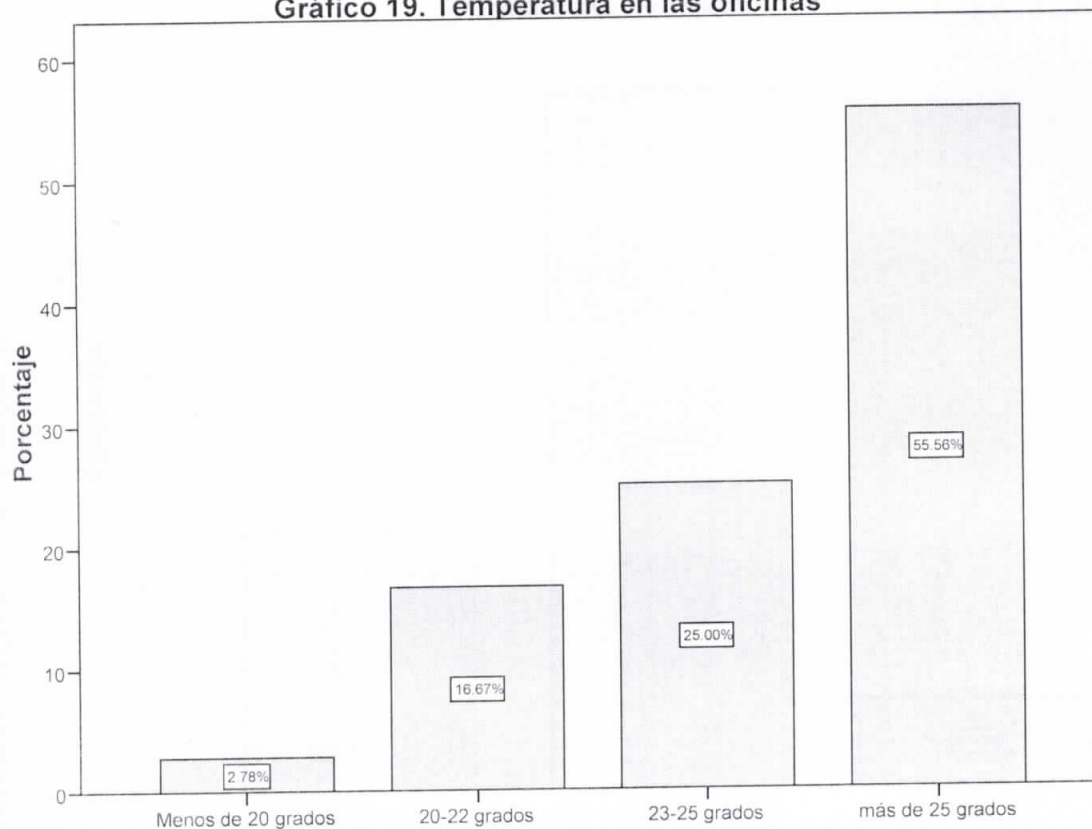
Gráfico18. Relación de Tipo de iluminación con su adecuación



Los gráficos 19, 20 y 21 muestran las destrezas de determinar las condiciones atmosféricas, en este caso la temperatura ambiental, ventilación y el nivel de ruido.

El 50% de los estudiantes afirman que la temperatura en las oficinas es mayor de lo sugerido por Werther y Davis (1995:443) y oscila en el rango mayor de 25 grados centígrados; 35% afirman que la temperatura en las oficinas oscila entre 23 y 25 grados y 15% afirman que el promedio de temperatura es de 20 a 22 grados, que siempre está dentro del rango de temperaturas óptimas (Gráfico 19)

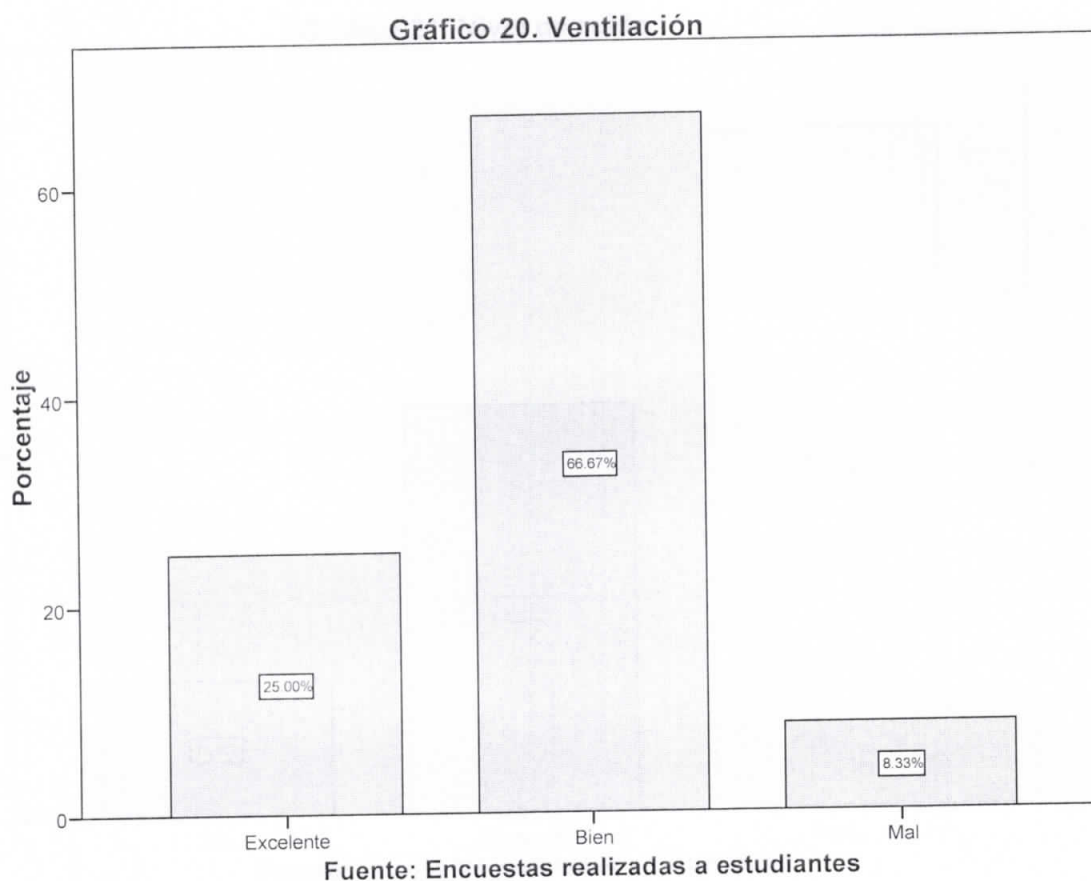
Gráfico 19. Temperatura en las oficinas



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

La ventilación un 25% la califican como excelente, el 66.67% como buena y el 8.33% como mala (Gráfico 20) Cabe señalar, que en las oficinas con las temperaturas más altas que requieren las condiciones óptimas, en la mayoría de los casos la ventilación es buena, y las altas temperaturas se explican con ausencia de aire acondicionado.

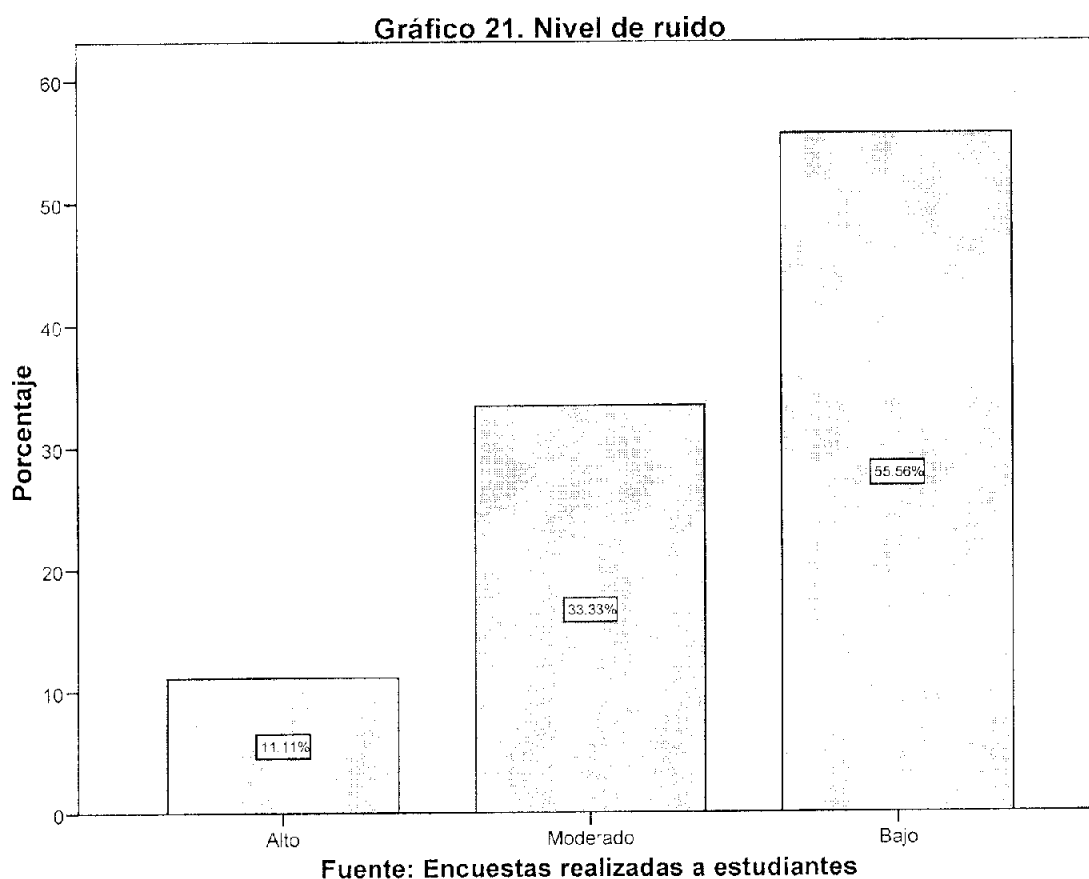
Sin embargo, las oficinas con las temperaturas elevadas pueden tener buena ventilación, ya que la temperatura ambiental en Nicaragua es alta, y la mayor parte del año supera los estándares internacionales de temperaturas óptimas para labores de oficina.



El nivel de ruido en las oficinas, el 88.89% de los estudiantes lo ubican entre moderado y bajo, y 11.11% lo califican como alto (gráfico 21)

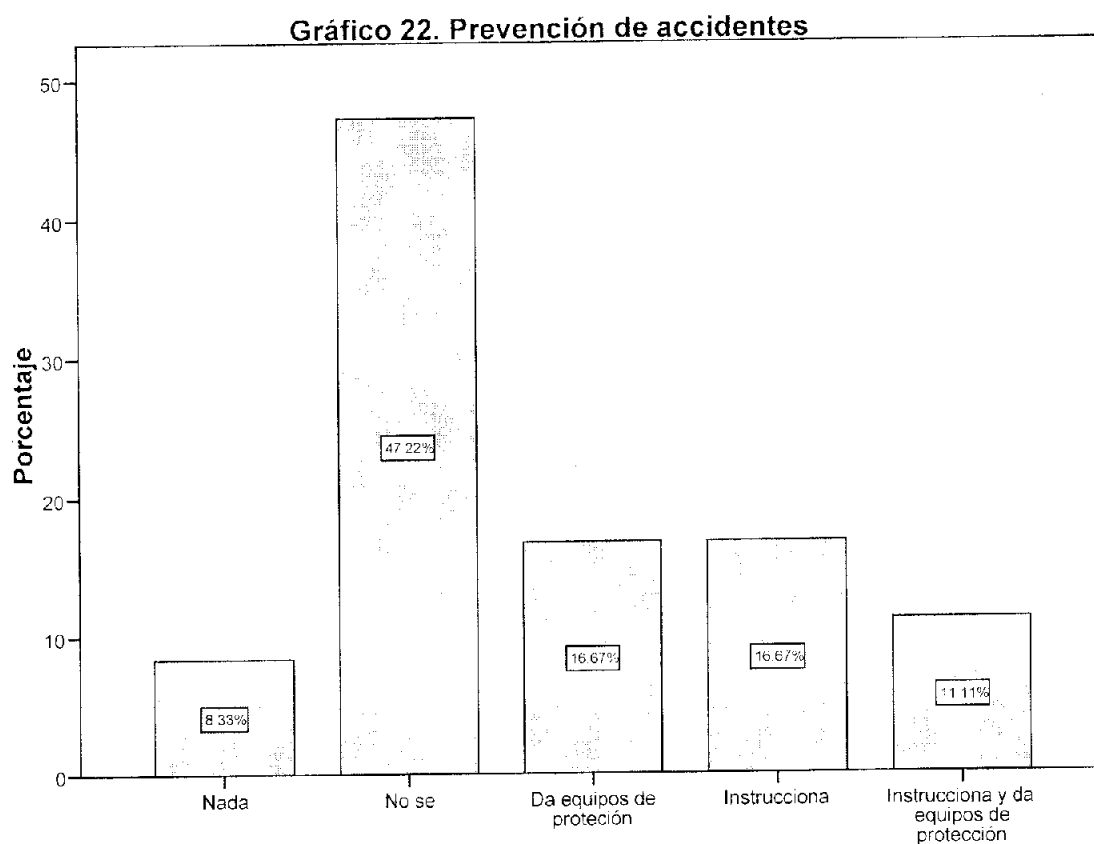
Zeledón (2007) sugiere que el ruido en las oficinas no debe superar 85 decibeles, ya que los niveles más elevados de ruido constante daña el aparato auditivo y provoca las enfermedades y pérdida gradual de audición.

Los estudiantes muestran buen manejo de los conceptos de temperatura óptima, ventilación y ruido, muestran la capacidad de determinarlos y evaluarlos de manera correcta.



Terminando con la variable de destrezas y habilidades adquiridas en el manejo de Recursos Humanos, se hizo una pregunta sobre la prevención de accidentes, la cual se refiere a las destrezas en la seguridad laboral (Gráfico 22)

Como muestra el gráfico 22, el 47.22% de los estudiantes no pudieron indagar sobre la prevención de accidentes en las empresas donde cursaron las prácticas. El 16.67% indican tales métodos como instrucciones y capacitaciones, y otros 16.17% dicen que la empresa proporciona los equipos de protección. El 11.11% de los encuestados afirma que la empresa tanto instrucción y capacita en la materia de seguridad laboral a sus trabajadores, como provee los dispositivos de seguridad necesarios; el 8.33% de los encuestados afirma que la empresa donde cursaron su práctica no hace nada con respecto a la seguridad laboral.



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Contreras (2005) subraya la necesidad de instrucción sobre la seguridad laboral de los trabajadores de una empresa, tanto permanentes, como temporales. Esto indica, que todos los estudiantes que cursaron sus prácticas en distintas empresas, debieron al menos recibir una breve charla sobre las prácticas seguras de trabajo, los riesgos que puede tener la ejecución de su labor, y como podría evitarlos. El 47.22% de los estudiantes no pudieron contestar la pregunta sobre que hace la empresa en la materia de seguridad laboral. Esto indica que los empresarios no tuvieron aceptación de estos estudiantes como trabajadores activos y útiles a la empresa.

En general, una gran parte de los estudiantes tuvieron dificultades con el cumplimiento de Plan de práctica en la parte de administración de recursos humanos. Esto se explica por un lado que no todos los estudiantes fueron asignados en el área de recursos humanos y por otro lado que algunos de los empresarios no tuvieron la aceptación de los estudiantes como un activo útil e importante para la empresa.

Las mayores dificultades que tuvieron los estudiantes fueron en la elaboración de planilla, devengados y deducciones, régimen del INSS, métodos y frecuencia de evaluación y seguridad laboral.

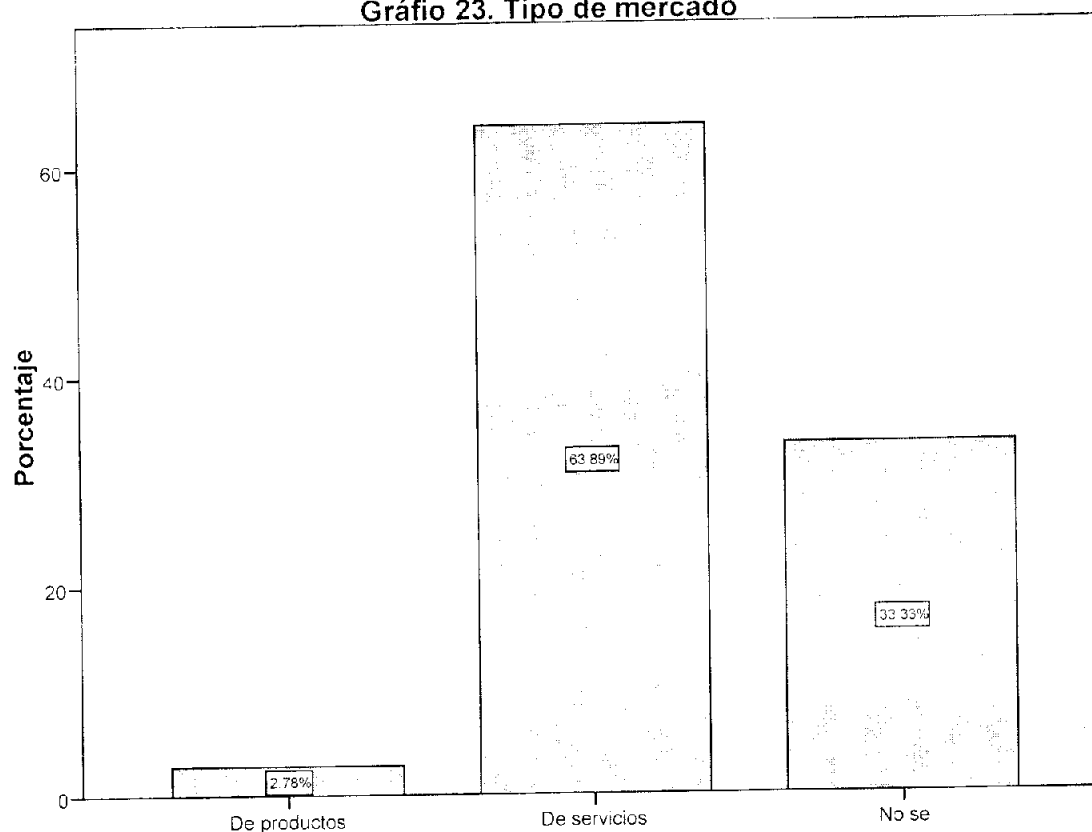
Mejores destrezas fueron adquiridas en la selección de personal, inducción e higiene laboral, donde los estudiantes en su gran mayoría tuvieron la oportunidad de participar en los procesos, observar y evaluarlos.

Otro grupo de destrezas y habilidades están relacionadas con el mercadeo. Estas habilidades consisten en saber determinar el tipo de mercado, conocer los componentes de mezcla de mercadotecnia, identificar la base de fijación de precio y orientarse en diferentes canales de distribución (Kotler y Amstrong, 1996:472)

Uno de los campos laborales de los graduados en Administración de Empresas es gerente de mercadotecnia, investigador de mercado y gerente de ventas. Por esto es tan importante que conozca y maneje bien los conceptos de mercadotecnia.

El 33.33% de los estudiantes no pudieron identificar el tipo de mercado al que se orienta la empresa, el 63.89% determinó este mercado como de servicios y 2.78% identifican el mercado de productos (Gráfico 23)

Gráfico 23. Tipo de mercado



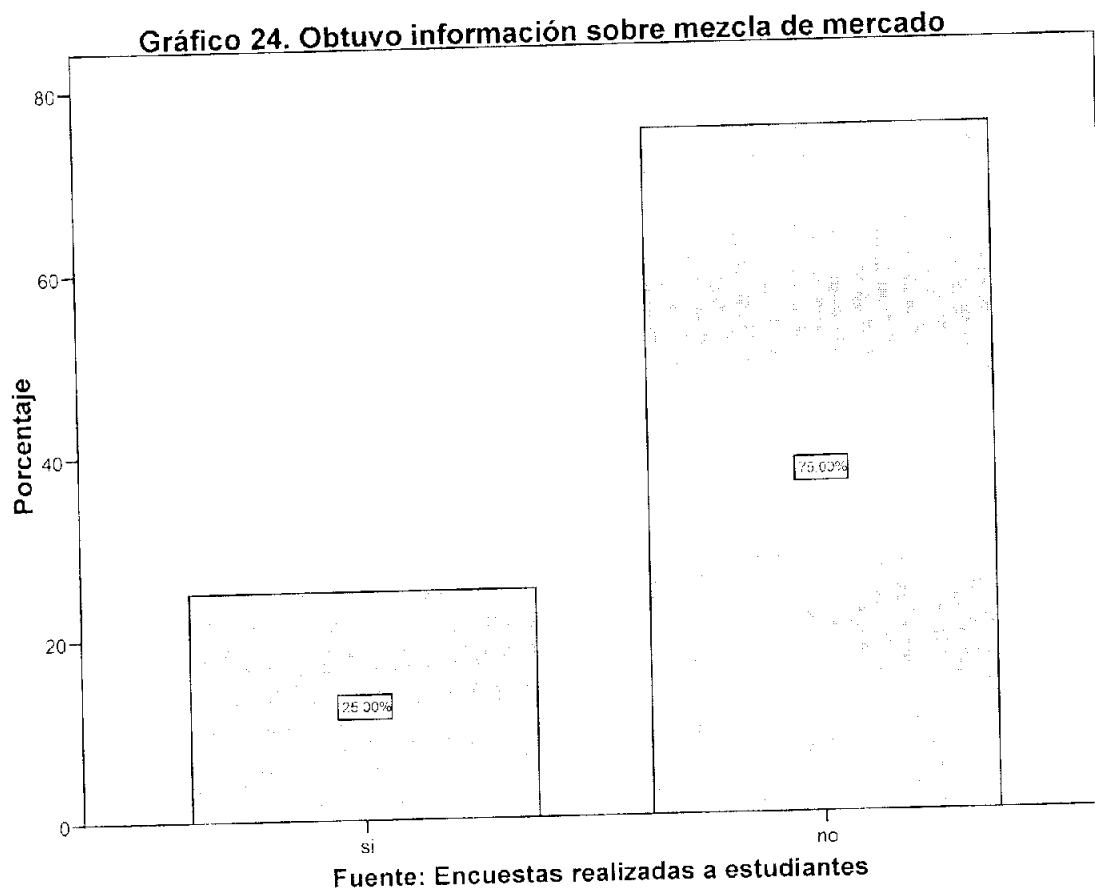
Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Aunque la mayoría de las empresas matagalpinas no tiene un departamento de mercadeo, esta labor se distribuye entre los funcionarios. Un estudiante de quinto año de la Carrera de Administración de Empresas debe ser capaz de determinar quienes ejecutan estas labores e identificar tipo de mercado y clase de consumidor al cual está orientada la empresa.

Es bastante alto el porcentaje de los estudiantes que no han adquirido esta habilidad durante sus Prácticas Profesionales.

El 75% de los estudiantes no pudieron obtener los datos sobre la mezcla de mercadotecnia de las empresas donde cursaron sus prácticas (Gráfico 24), lo que indica que en las destrezas y habilidades en determinar la mezcla de

mercadotecnia no cumplieron con los objetivos de la práctica.

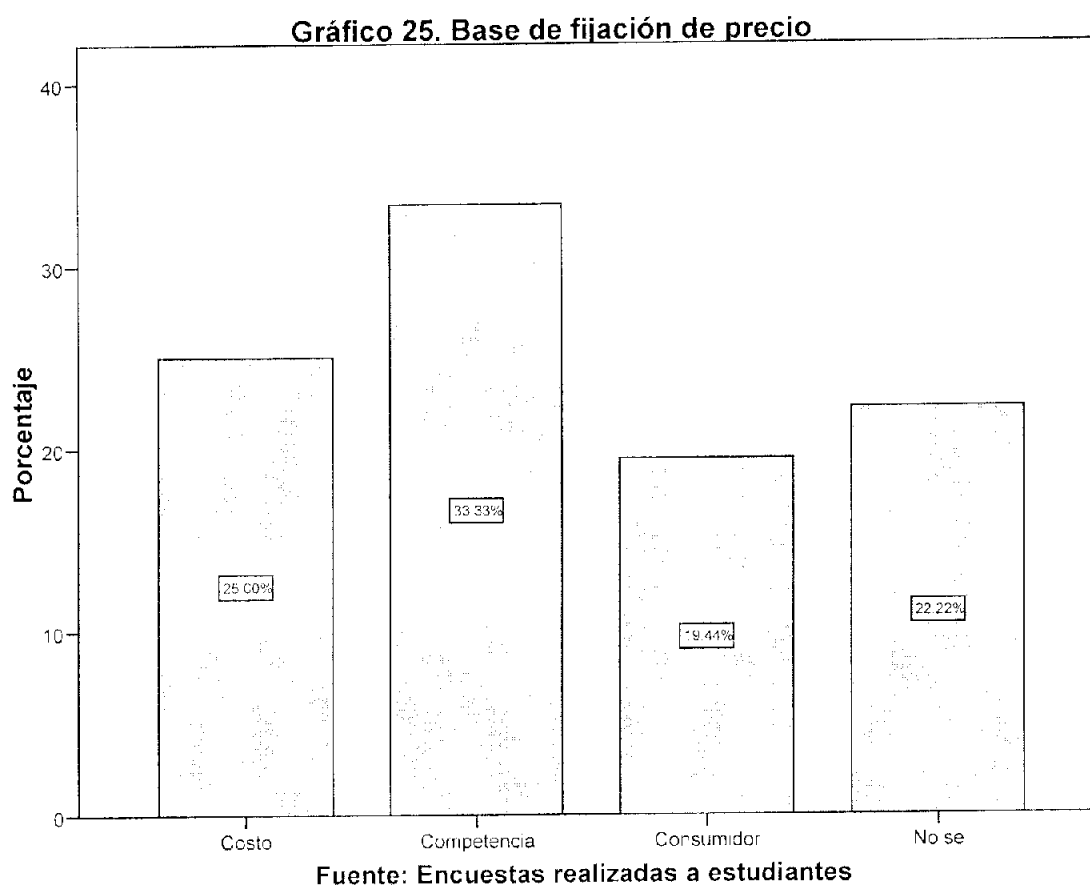


Kotler y Amstrong (1996:54) definen la mezcla de mercadotecnia como una combinación adecuada de producto, precio, plaza y promoción. Las proporciones e importancia de cada elemento de la mezcla debe determinar el encargado de mercadotecnia de la empresa u otro funcionario que se encarga de búsqueda de clientes potenciales.

El estudiante debería ser capaz de conjugar de manera exitosa los cuatro elementos de la mezcla e inclusive dar sugerencia al empresario en el manejo de estos.

De acuerdo a los resultados, se afirma, que el dominio de cada uno de los elementos de mezcla de mercadotecnia por los estudiantes que cursaron la Práctica Profesional no está uniforme.

En cuanto a base de fijación de precio, sólo 22.22% afirman que no saben, el resto de los estudiantes indican las bases como competencia (33.33%), costo (25%) y consumidor (19.44%) (Gráfico 25)



Mayoría de los estudiantes muestra que puede determinar la base de fijación de precio de los productos y servicios que ésta oferta.

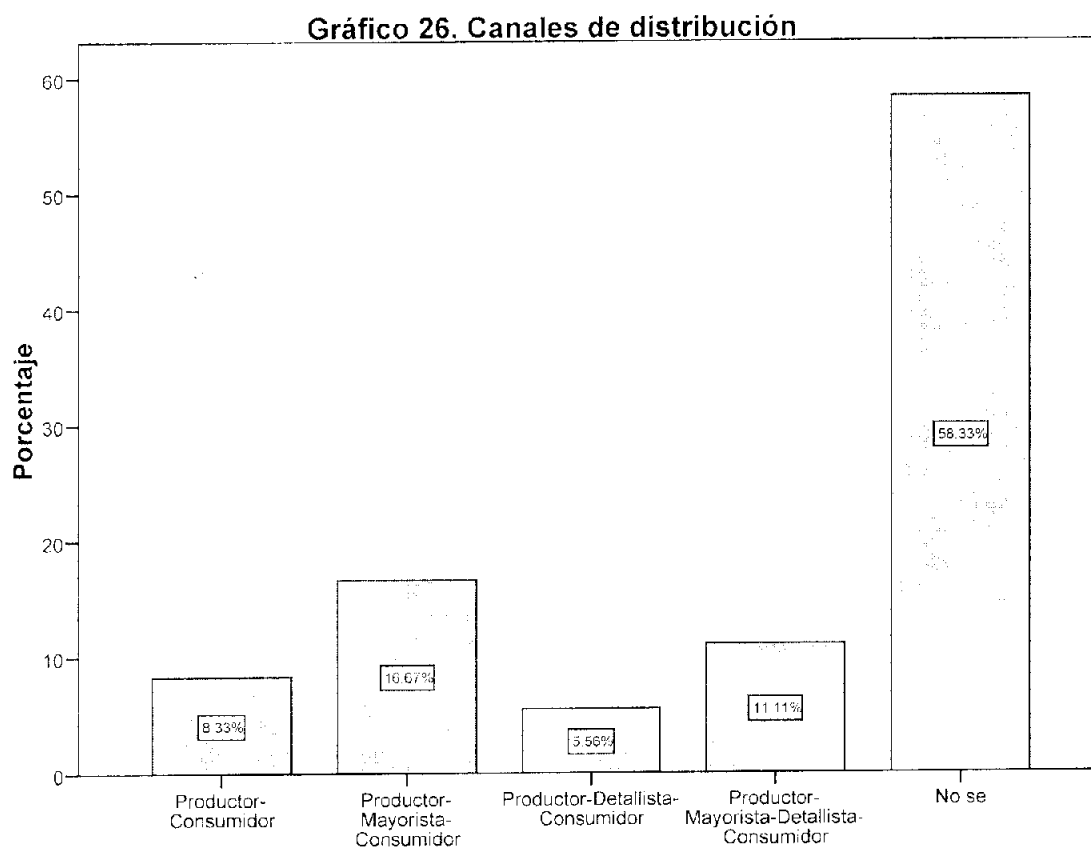
Kotler y Amstrong (1996:426) señalan los enfoques de fijación de precios:

- Basados en costo

- Basados en competencia
- Basados en el consumidor

La mayoría de los estudiantes muestran el dominio de los conceptos de fijación de precios y sus enfoques.

Sobre la capacidad de identificar los canales de distribución, el 58.33% de los estudiantes afirma que no sabe (Gráfico 26), y es preocupante, porque resulta que en la mercadotecnia los discentes no adquirieron las habilidades necesarias para el ejercicio profesional independiente.



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

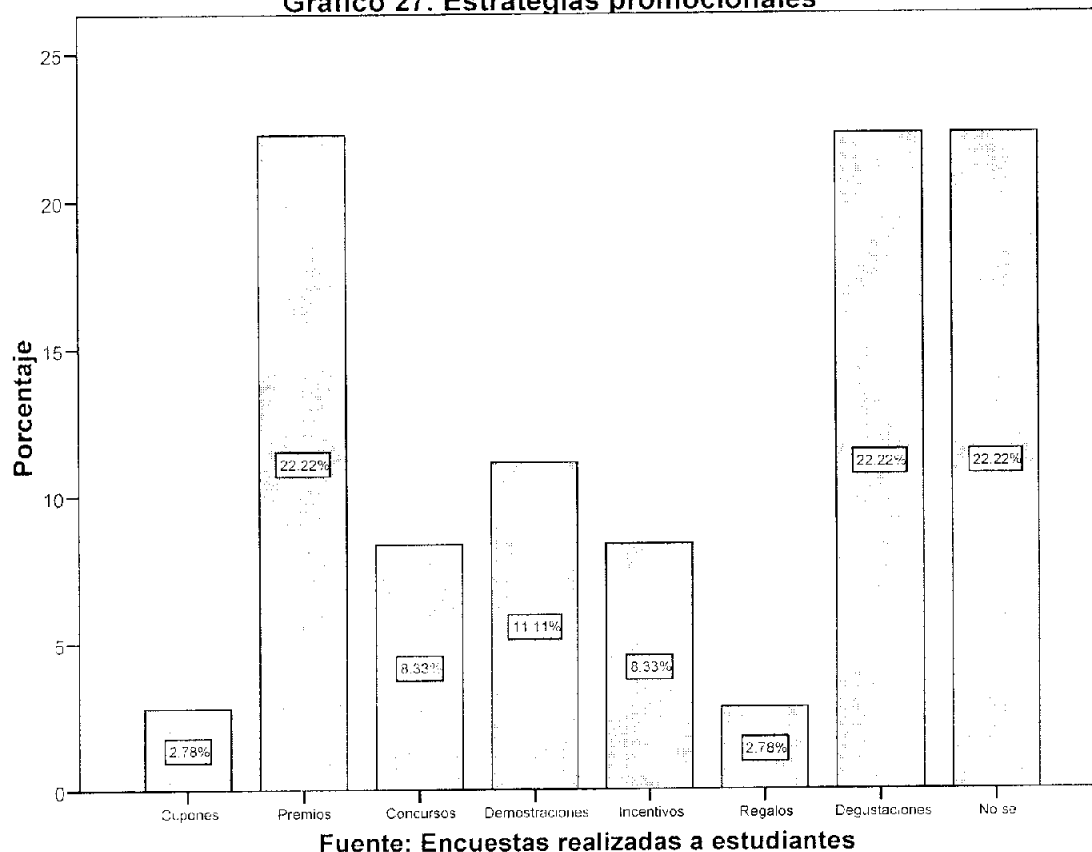
Un egresado de la Carrera de Administración de Empresas debe ser capaz de determinar la conveniencia, ventajas y desventajas de diferentes canales de distribución.

No solo deben determinar la longitud de los canales existentes, sino diseñar la distribución física de los productos y servicios. Al no adquirir esta habilidad en la práctica, se dificulta la ejecución de estos diseños en la vida profesional.

Sobre el conocimiento de estrategias promocionales que aplica la empresa se muestra el mayor grado de involucramiento, ya que sólo 22.22% afirma que no sabe cuales son, y el resto indica las estrategias de la manera correcta (Gráfico 27) Esto muestra buena preparación teórica de los estudiantes en el concepto de las estrategias promocionales, pero no indica, si tienen la habilidad de diseñar las mejores estrategias para un tipo de negocio dado.

Kotler y Armstrong (1996:444-445) señalan, que tanto los enfoques como las estrategias pueden utilizarse en forma combinada, y en la práctica las empresas rara vez usan solo una estrategia de promoción; sin embargo los estudiantes no mencionan ninguna combinación ni de estrategias ni de enfoques, lo que indica falta de aprendizaje y destrezas prácticas en este aspecto.

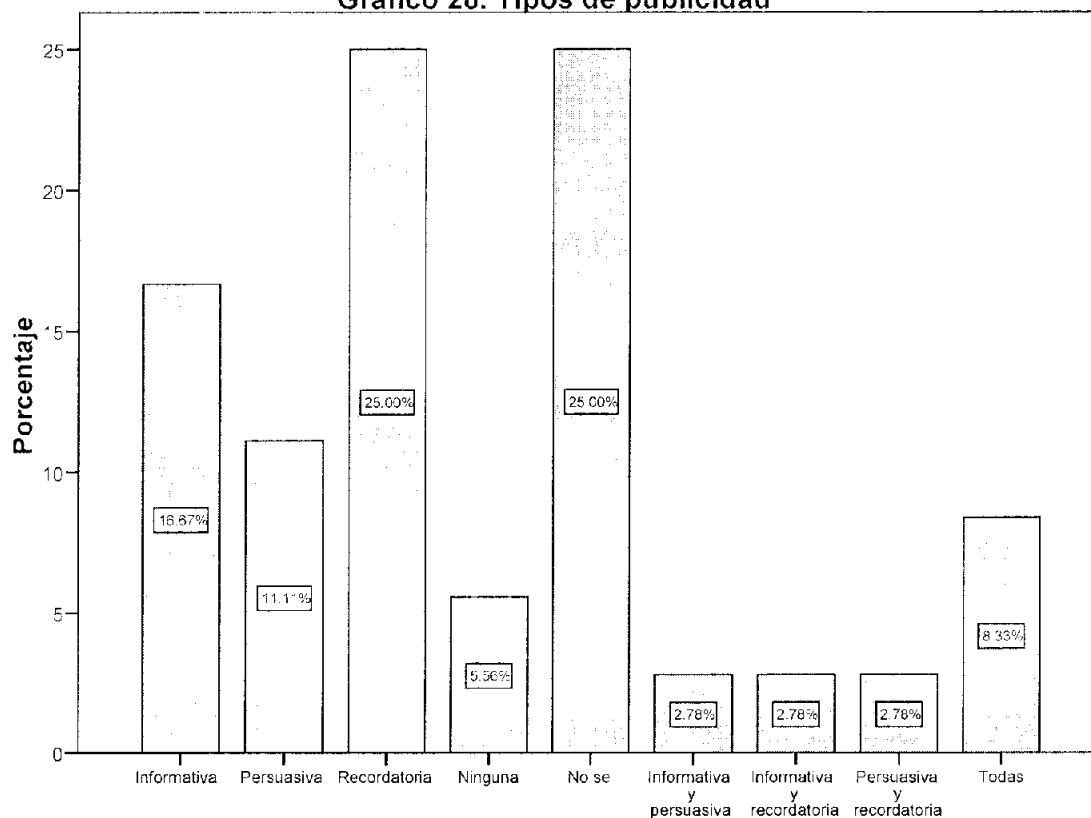
Gráfico 27. Estrategias promocionales



En cambio, cuando se preguntó sobre los tipos de publicidad que emplean los empresarios, la mayoría pudo identificarlas de manera correcta, y solo 25% no supo contestar esta pregunta (Gráfico 28)

Madrid (2008) afirma que los empresarios utilizan diferentes tipos de publicidad inclusive para el mismo producto, pero para diferentes segmentos de mercado. En este caso algunos de los estudiantes pudieron identificar esta particularidad e indican tales combinaciones como informativa y persuasiva (2.78%), informativa y recordatoria (2.78%) y persuasiva y recordatoria (2.78%)

Gráfico 28. Tipos de publicidad



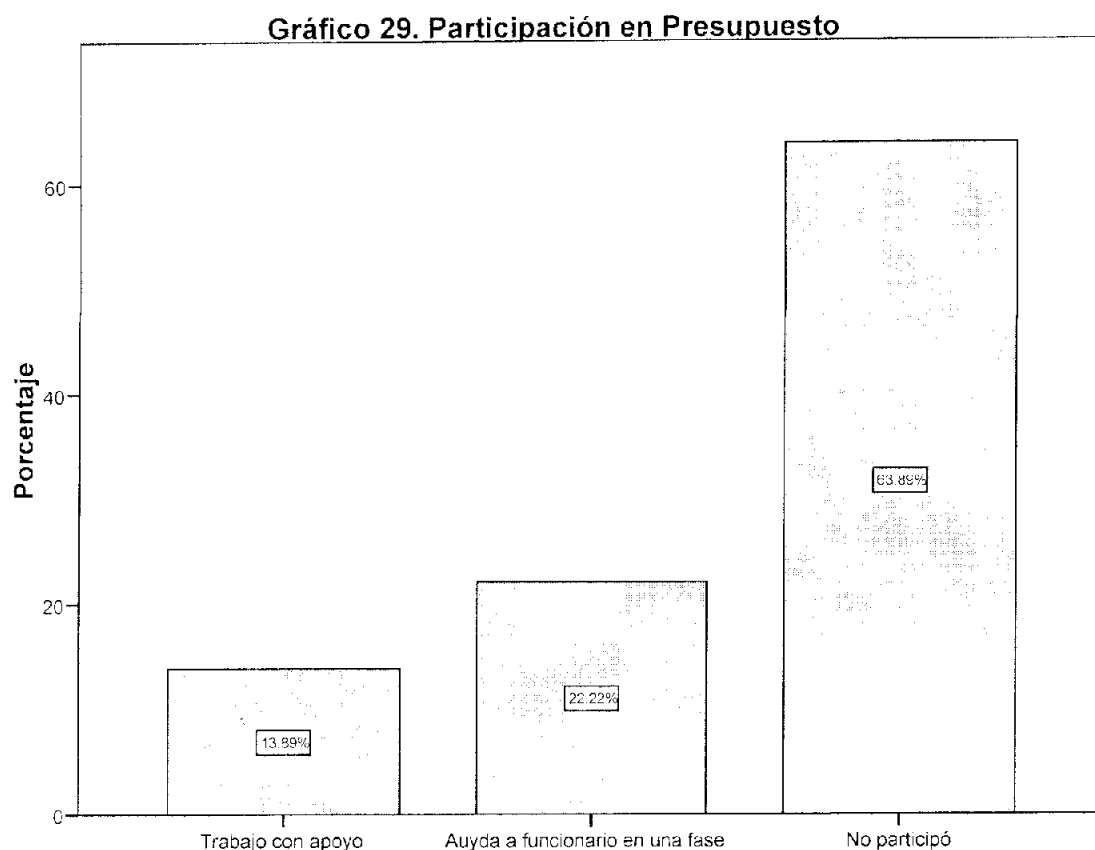
Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

En general, en las destrezas y habilidades en el área de mercado los estudiantes muestran debilidades en determinación de mezcla de mercadotecnia, canales de distribución y combinaciones de estrategias promocionales; sin embargo, la mayoría domina bien los tipos de mercado, puede determinarlos correctamente, tanto como los tipos de publicidad y sus combinaciones.

A pesar que la mayoría de empresas en Matagalpa no tiene un departamento destinado específicamente al mercado, esta labor asumen otros funcionarios; todos los estudiantes fueron concientes de ello.

El otro indicador se refiere a las destrezas y habilidades en finanzas. Esto incluye manejo de presupuestos, análisis financiero y requiere acceso a planes financieros de la empresa.

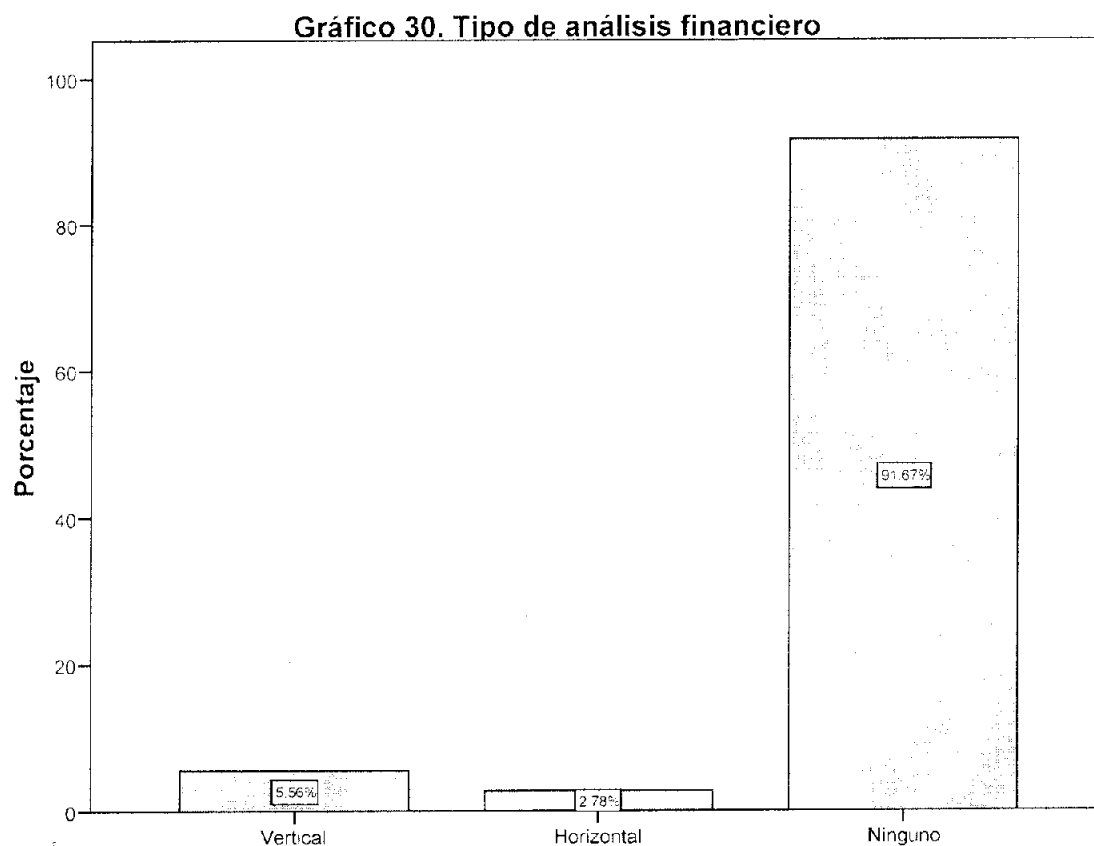
El 63.89% de los estudiantes afirman, que no tomaron ninguna participación en la elaboración del presupuesto; el 22.22% dicen que ayudaron al funcionario de la empresa en una fase de elaboración del presupuesto, y sólo el 13.89% trabajó en su elaboración, con apoyo de un funcionario de la empresa (Gráfico 29)



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Lozano (2006), afirma que el presupuesto es un plan de acción de la empresa y es difícil evaluar el alcance de las metas y la eficiencia del trabajo sin conocimiento y comparación con el presupuesto. Es lamentable que la mayoría de los entrevistados no tuvieron la oportunidad de conocer el plan general de acción de la empresa.

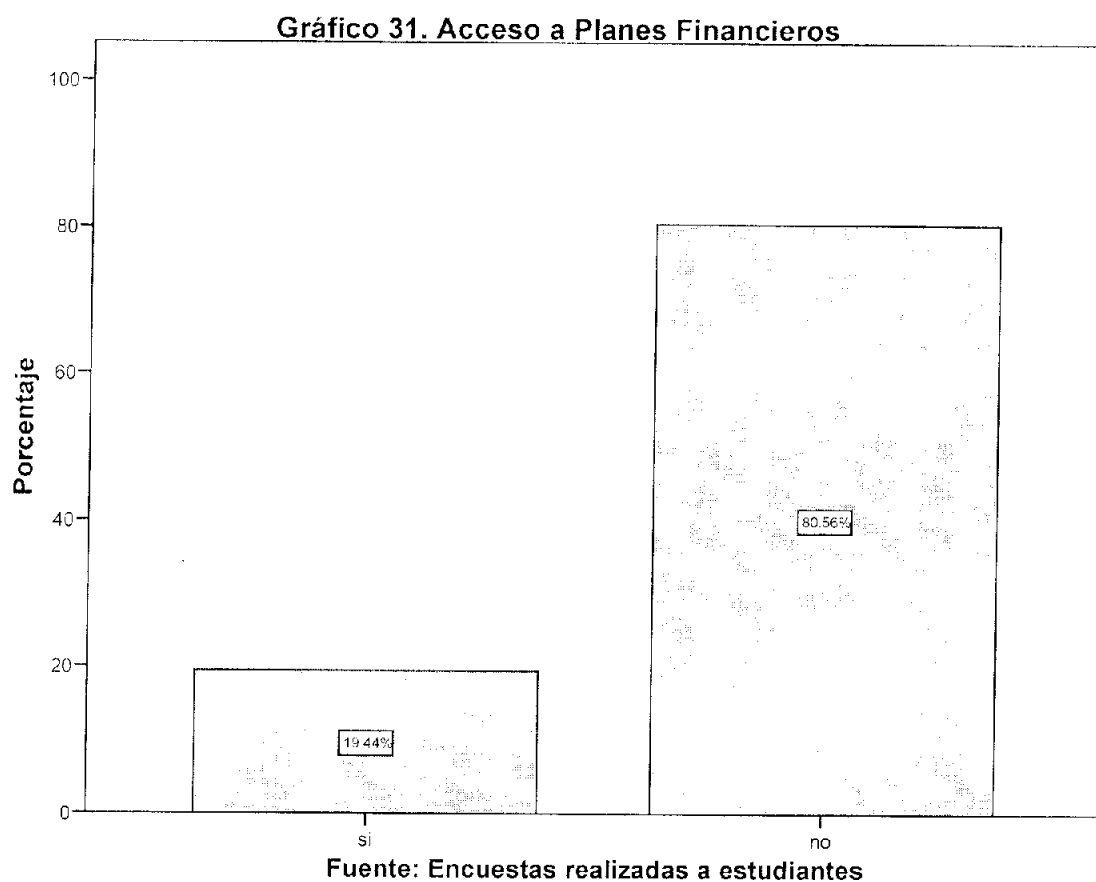
En cuanto al análisis financiero, 91.67% de los entrevistados afirman que no tuvieron participación, 5.56% afirman que participaron en el análisis vertical y 2.78% en el análisis horizontal (Gráfico 30)



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Según Hernández (2007) los métodos que utilizan las empresas para el análisis financiero, son el vertical y horizontal. Ya que el método vertical consiste en la comparación de diferentes rubros del mismo estado financiero y el horizontal en la comparación de los estados financieros de diferentes períodos, el simple acceso a la información y la observación de la labor de un especialista en finanzas permite determinar los métodos de análisis que aplica la empresa.

Los resultados que arroja la encuesta muestran que la mayoría de los estudiantes durante las Prácticas Profesionales no tuvieron el acceso al área de finanzas. El 80.56% de los estudiantes afirman que no tuvieron acceso a los planes financieros (Gráfico 31)



El plan financiero es la expresión en cifras de lo que se espera de la empresa, comprende la fijación de los objetivos, el estudio y selección de las estrategias que se usarán para alcanzarlos, la colocación de metas, etc. (Saavedra, 2006)

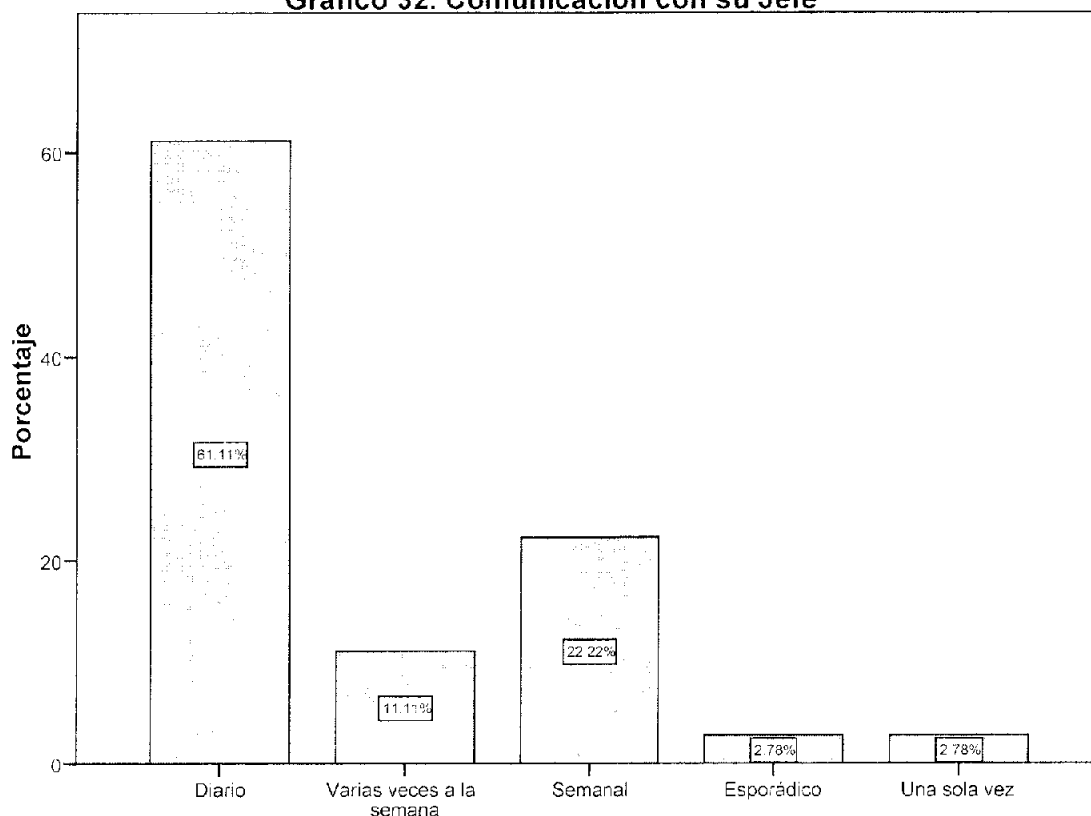
Al elaborar un plan financiero, la empresa crea un registro escrito de sus objetivos y las maneras en las que planea convertir dichos objetivos en realidades. Al no tener acceso a esta información, realmente se imposibilita la adquisición de las destrezas y habilidades en finanzas.

El último indicador, en cuanto a las destrezas y habilidades que adquieren los estudiantes en la asignatura Prácticas Profesionales, son las relaciones interpersonales.

Estas habilidades incluyen la comunicación, trabajo en equipo, apoyo a los compañeros de trabajo y valoración de la importancia de una buena comunicación dentro de la empresa.

La comunicación con su jefe inmediato en un 61.11% de casos fue diaria, en otros 22.22% semanal, en 11.11% varias veces a la semana, en 2.78% esporádica y en 2.78% una sola vez (Gráfico 32)

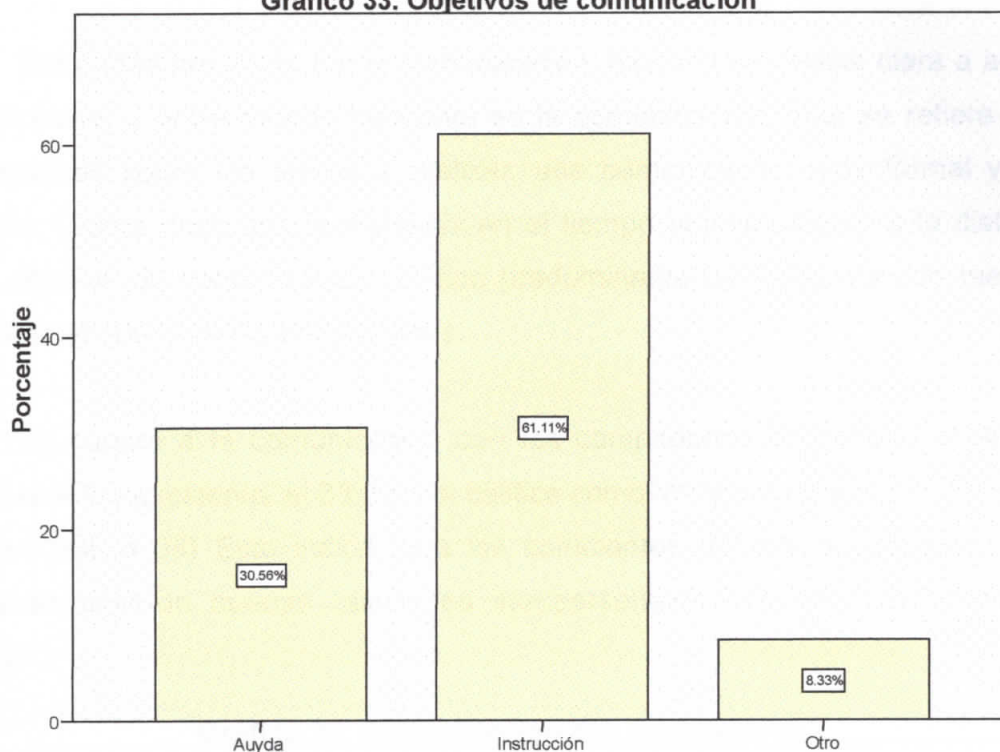
Esto indica, que los estudiantes tuvieron una comunicación bastante fluida con su jefe inmediato en la empresa. Según Encina (2006), las relaciones con los jefes se manifiestan y se forjan mediante la comunicación, su frecuencia, propósitos, fines y tipos.

Gráfico 32. Comunicación con su Jefe

Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

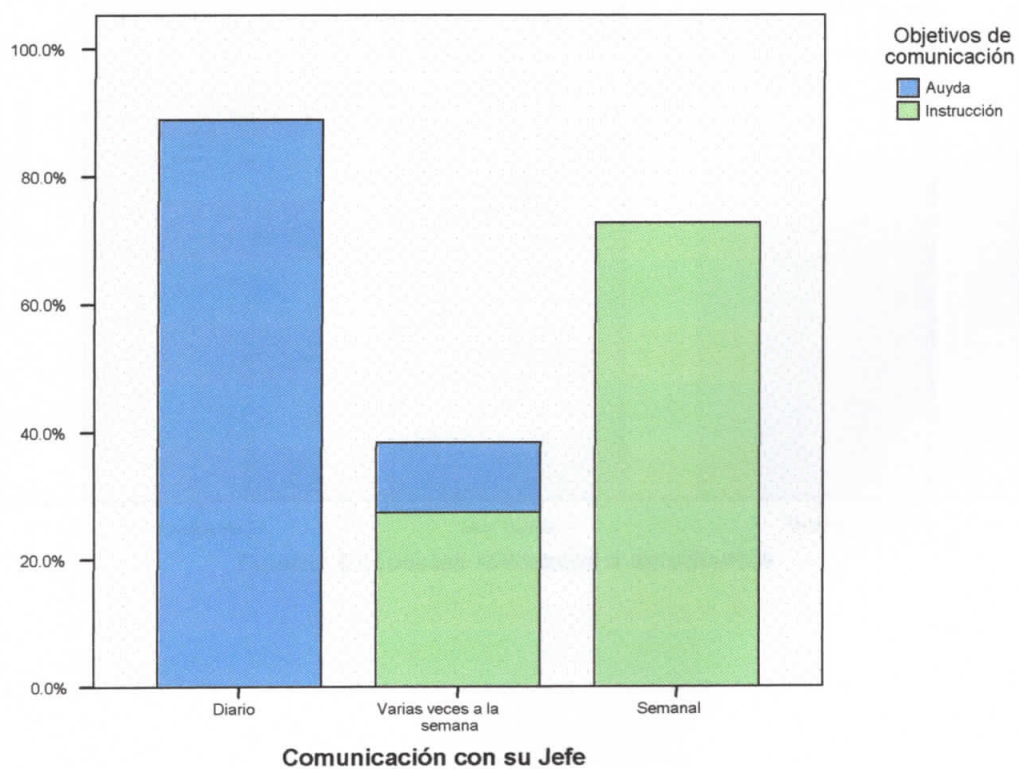
En cuanto a los propósitos de la comunicación, el 61.11% de los estudiantes afirma que fue para dar instrucciones en sus labores, 30.56% dice que fue para ayudar a realizar las tareas asignadas, y el 8.33% dice que otro, especificando que es la combinación de dos propósitos: instrucción y ayuda (Gráfico 33)

Cifuentes (2007), afirma que una buena comunicación entre el trabajador y su supervisor inmediato aumenta la productividad. Hay que agregar, que la comunicación fluida en el proceso de estadía de un estudiante en una empresa ayuda a perder temor a lo desconocido, desenvolverse mejor en sus labores y adquirir más destrezas y habilidades.

Gráfico 33. Objetivos de comunicación

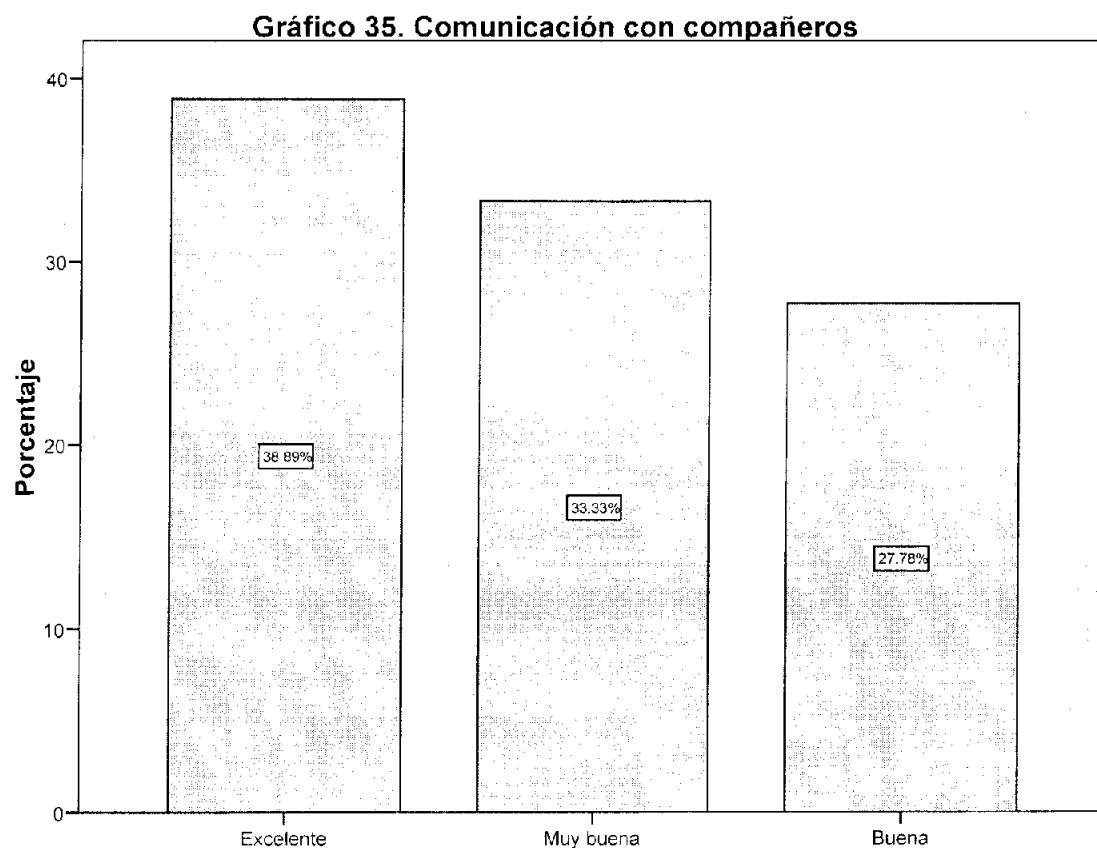
Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Se hizo un cruce de las variables Propósito de la comunicación con su frecuencia, para determinar si existe relación entre ambas (Gráfico 34)

Gráfico 34. Relación de frecuencia de comunicación y sus objetivos

Entre más frecuente fue la comunicación, hay una tendencia clara a ayudar al estudiante, y entre menos frecuente es la comunicación, más se refiere a las instrucciones sobre las tareas a realizar, una comunicación más formal y más distante. Quiere decir que la distancia en el tiempo también significa la distancia en el objetivo de comunicación. El tipo predominante de comunicación fue oral, afirmaron el 100% de los encuestados.

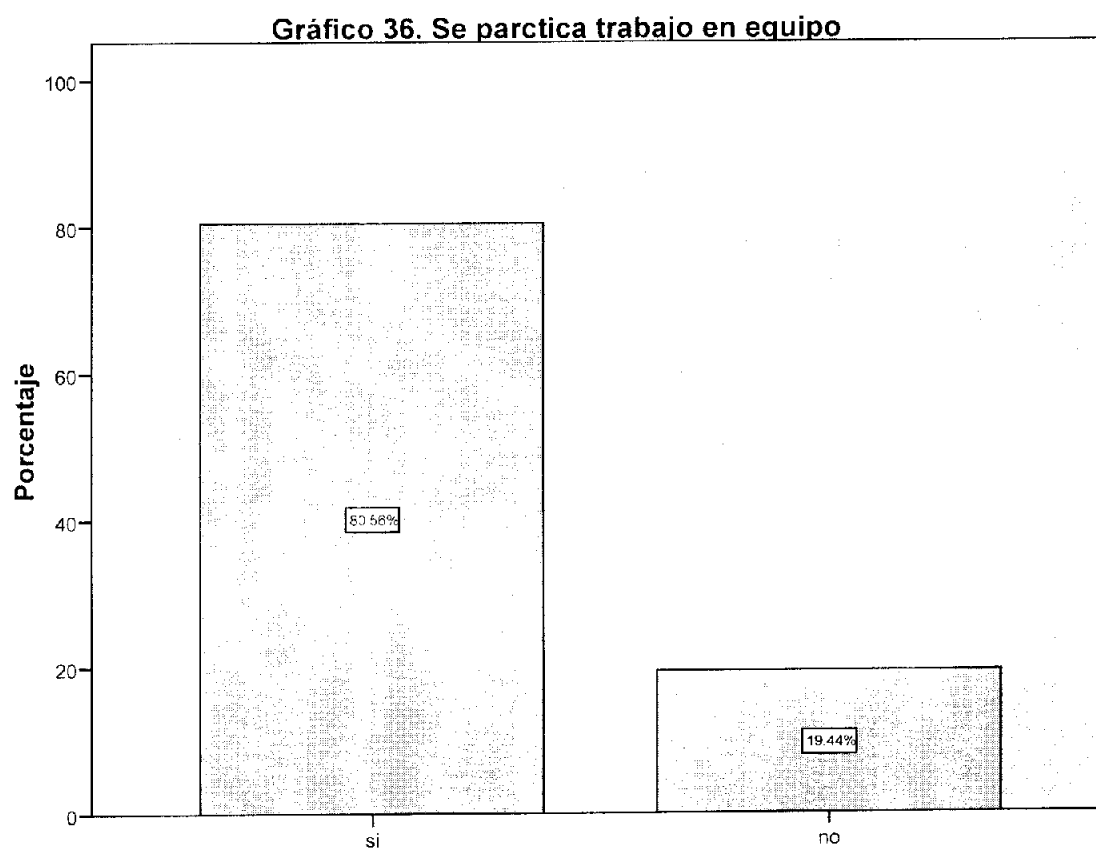
En cuanto a la comunicación con los compañeros de trabajo, el 38.89% afirma que fue excelente, el 33.33% la califica como muy buena y el 27.78% como buena (Gráfico 35) Esto indica, que los estudiantes durante su estadía en las empresas tuvieron buenas relaciones interpersonales con los compañeros de trabajo.



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

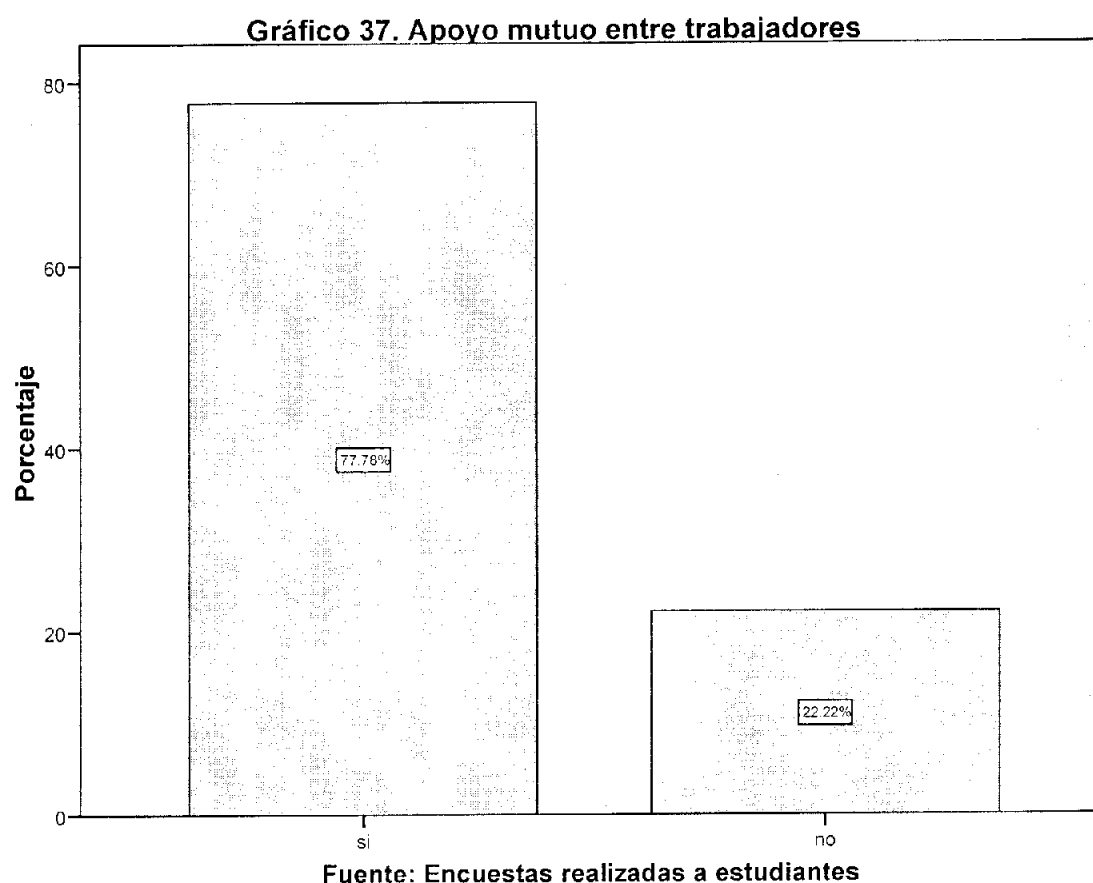
Las relaciones interpersonales en el trabajo constituyen un papel crítico en una empresa (Encina, 2006) Aunque la calidad de las relaciones interpersonales en sí no basta para incrementar la productividad, sí pueden contribuir significativamente a ella, para bien o para mal.

También se pidió a los estudiantes que valoraran el trabajo en equipo en la empresa donde cursaron las prácticas y apoyo mutuo entre los trabajadores. Como indica el gráfico 36, en el 80.56% de los casos los estudiantes afirman que se practica el trabajo en equipo en la empresa. Cifuentes (2007) indica que los altos índices de productividad se obtienen trabajando juntos con una meta definida. Es muy grato constatar, que la mayoría de los estudiantes notó la énfasis de la empresa matagalpina a trabajar en equipo y seguramente fueron parte de el.



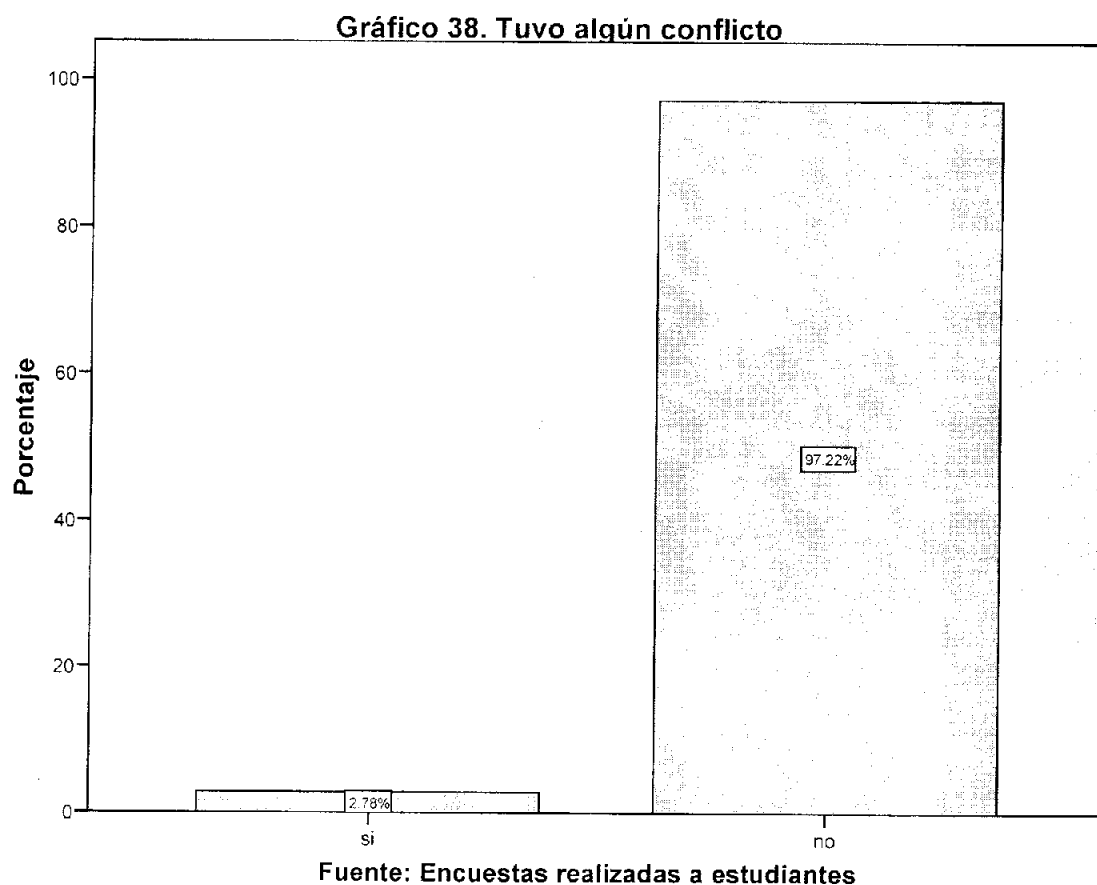
Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

De igual manera el 77.78% de los estudiantes encuestados (Gráfico 37) afirman que pudieron observar la existencia de apoyo mutuo entre los trabajadores, la disposición de ayudar a sus compañeros, incluyendo a los practicantes, en la realización de sus tareas y solución de problemas.



Un 100% de los estudiantes afirman que la comunicación es importante para elevar la producción.

Además, los estudiantes en 97.22% afirman que no tuvieron ningún conflicto en el lugar de sus prácticas (Gráfico 38)



Sin embargo, el único caso de conflicto representado por 2.78% fue tratado por el mismo estudiante involucrado con éxito, sin necesidad de intervención de otras partes.

Encina (2006) afirma que tratar de solucionar conflictos, abordándolos directamente con la persona con quien está en desacuerdo, puede requerir exponerse al ridículo o rechazo, reconocer su contribución al problema y estar dispuesto a cambiar. En este caso se actuó de la manera correcta, buscando la raíz del problema y centrándose únicamente en ella.

Las relaciones interpersonales fueron practicadas por la mayoría de los estudiantes con éxito, tuvieron aceptación y apoyo de los compañeros de trabajo,

una comunicación fluida con sus jefes y la oportunidad de trabajar en equipo. Se puede afirmar, que prácticamente todos los estudiantes encuestados tienen destrezas y habilidades necesarias para trabajar en equipo, contribuir en el logro de los objetivos y metas comunes, comunicarse tanto con los jefes como con los compañeros de trabajo sobre sus quehaceres en el puesto asignado.

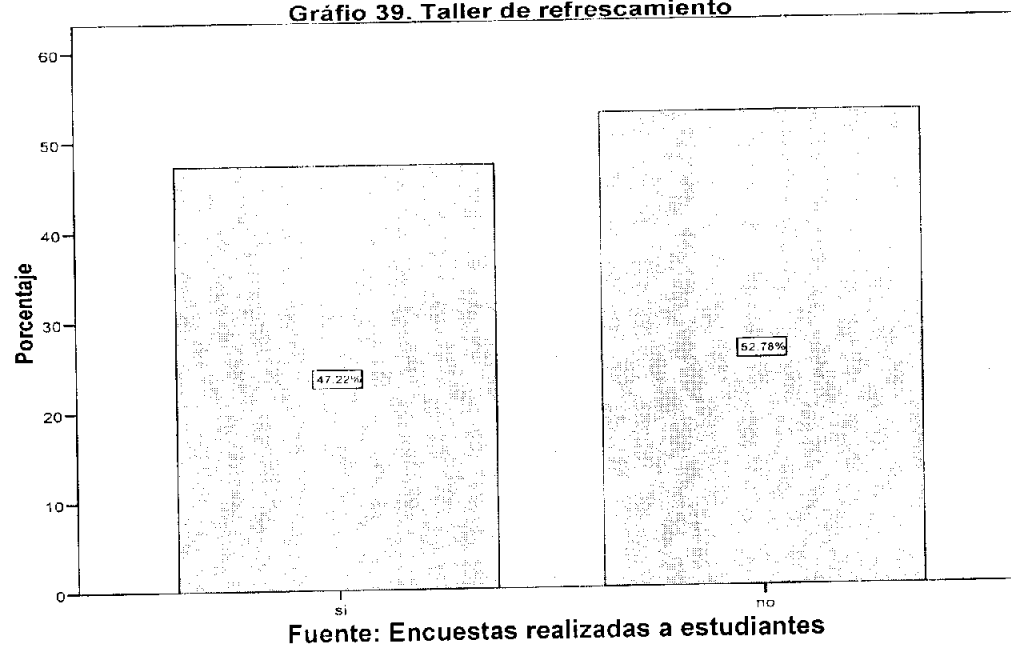
El siguiente indicador medido es la metodología de la organización de las prácticas. De aquí en adelante se comparan las respuestas que dieron los estudiantes en las encuestas, con las respuestas que proporcionaron los maestros durante las entrevistas y con los lineamientos expuestos en el Plan de Prácticas Profesionales, logrando de esta manera triangular la información.

El 47.22% de los estudiantes afirman que recibieron el taller de refrescamiento contemplado en el Programa de estudios, sin embargo, el 52.78% de los estudiantes dicen que no recibieron el taller (Gráfico 39)

El objetivo principal del taller de refrescamiento consiste en recordar los conceptos básicos de administración de recursos humanos, mercadotecnia y finanzas, ya que son los ejes centrales de la práctica.

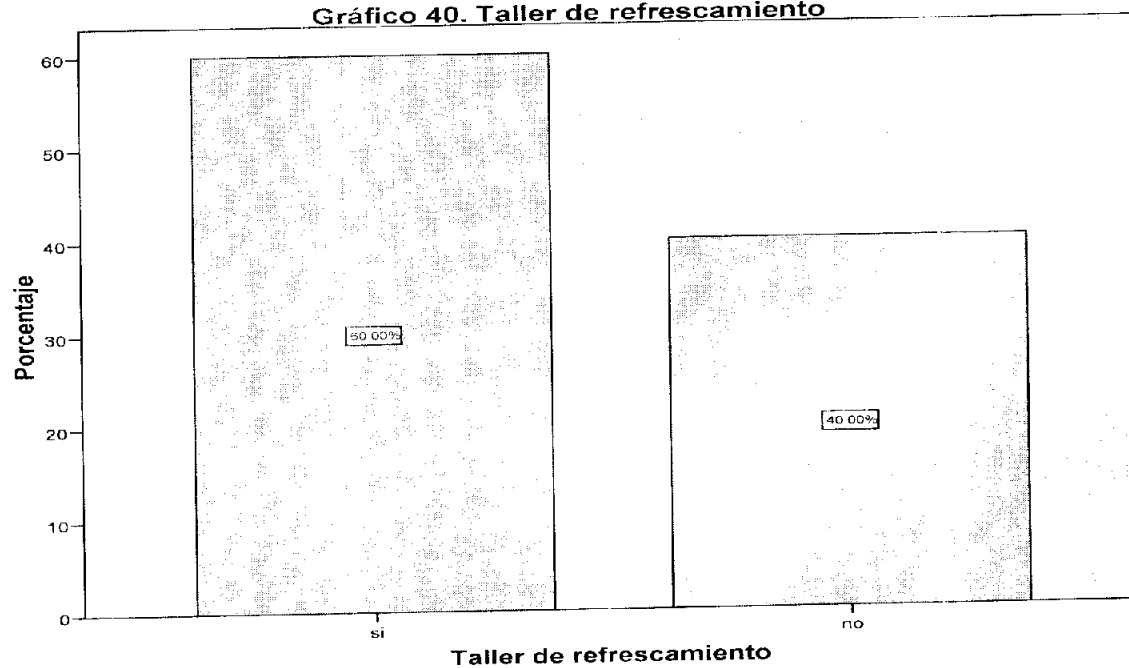
Al no recibir el taller, se dificulta el cumplimiento de las tareas asignadas en la empresa, debido a que algunos de los conocimientos teóricos fueron adquiridos en el segundo y tercer año de la Carrera.

Gráfico 39. Taller de refrescamiento

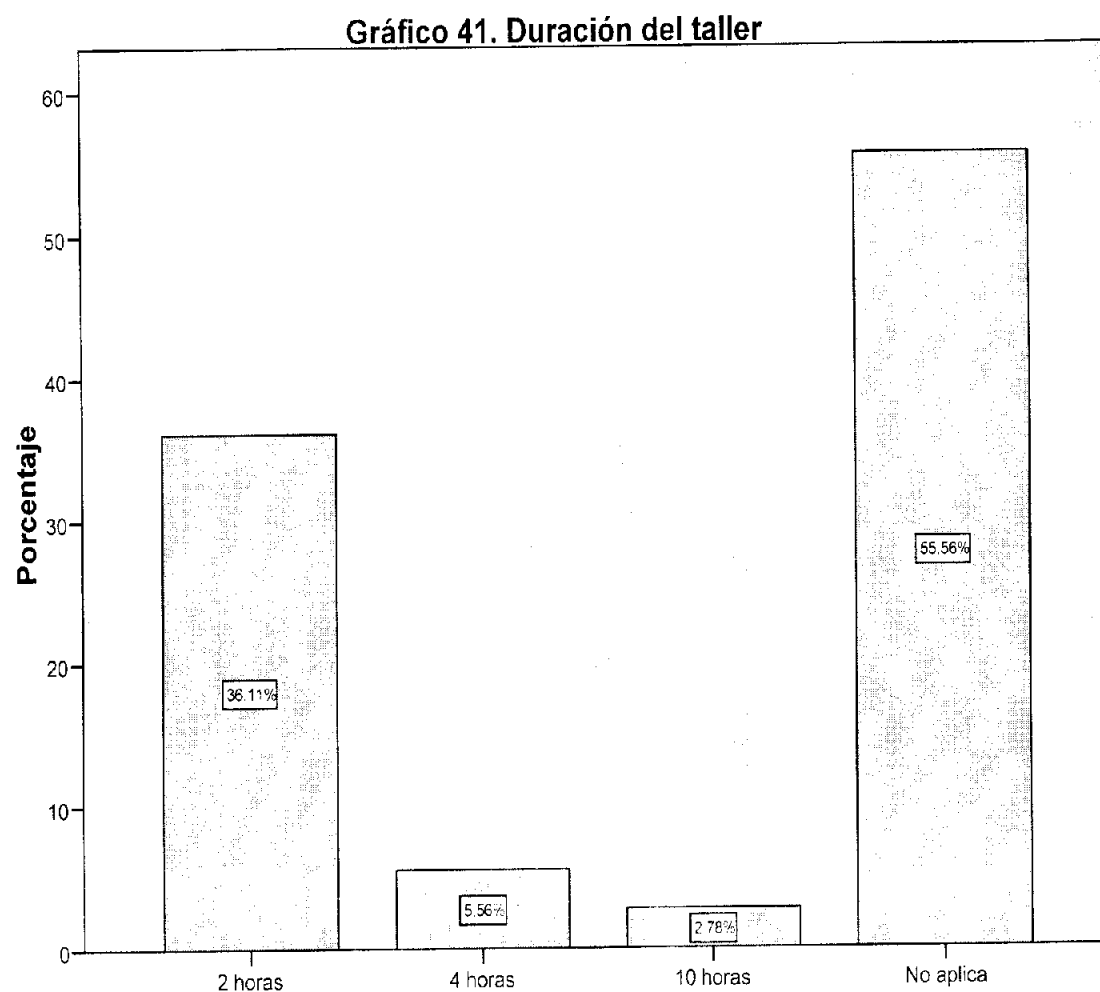


El 60% de los maestros afirman que impartieron el taller, y el 40% que no (Gráfico 40), datos que confirman lo que dicen los estudiantes.

Gráfico 40. Taller de refrescamiento

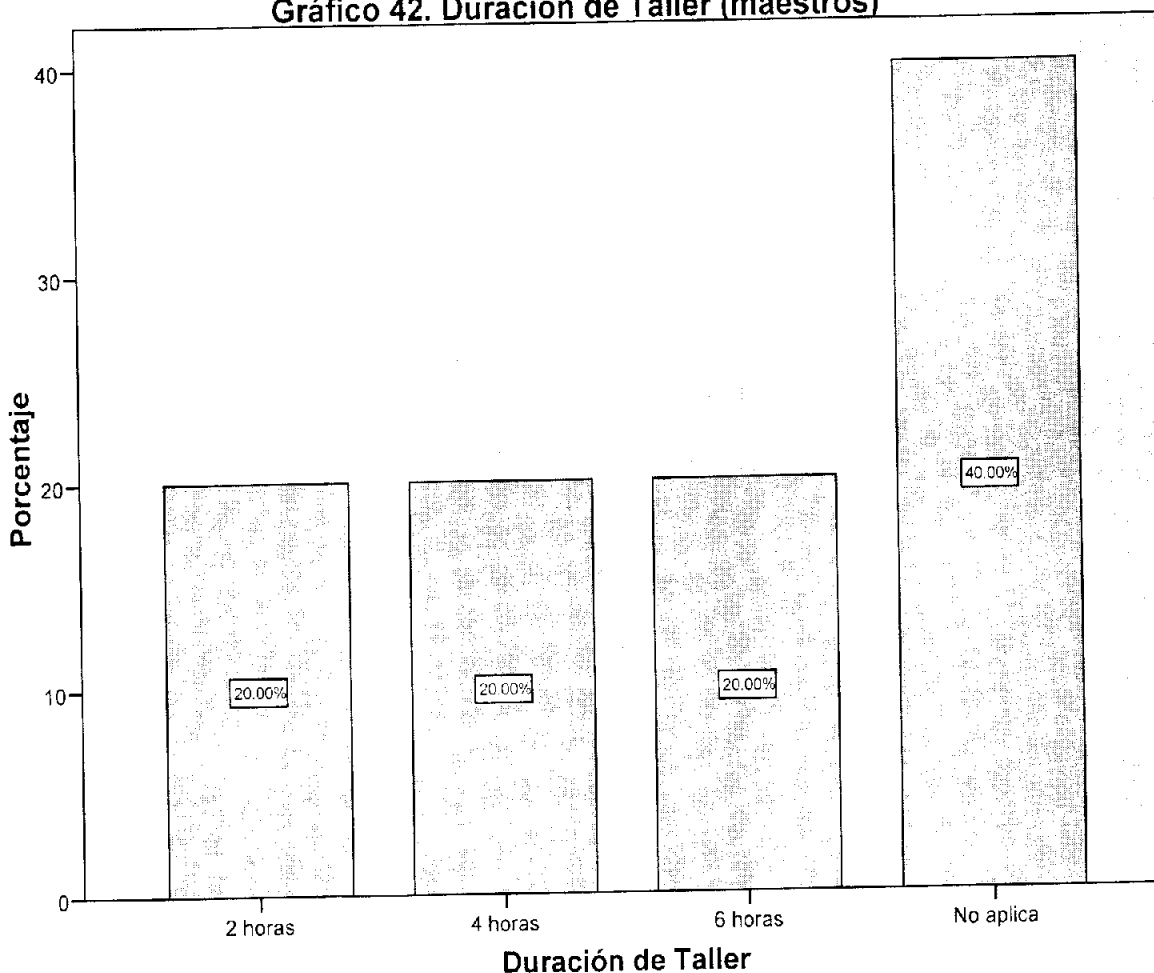


En cuanto a la duración del taller, el 55.56% de los estudiantes afirman que recibieron el taller, el 36.11% afirma que el taller duró apenas dos horas, 5.56% dice que duró 4 horas y otros 2.78% asegura que duró 10 horas (Gráfico 41)



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

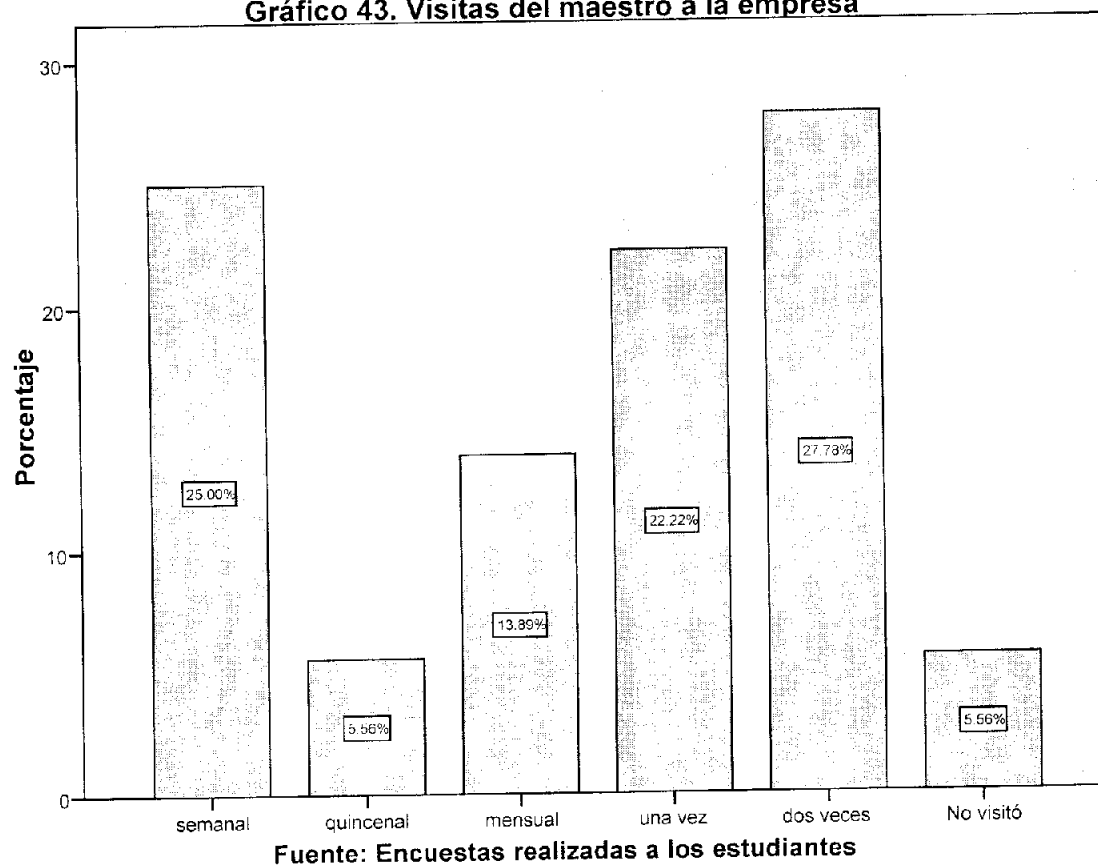
Las respuestas de los maestros difieren a las respuestas dadas por los estudiantes, ya que de los maestros que aplicaron el taller, 20% dice que duró 2 horas, 20% 4 horas y otros 20% 6 horas (Gráfico 42)

Gráfico 42. Duración de Taller (maestros)

El Programa establece que el taller debe durar de 6 a 8 horas, y ninguno de los maestros cumple con esta disposición de la normativa, alegando que los estudiantes tienen conocimientos suficientes para ir a las empresas. Sin embargo, los indicadores analizados anteriormente muestran que no es así.

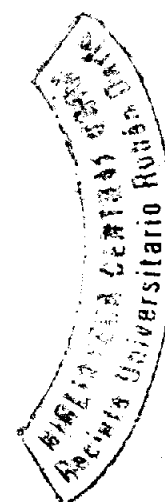
Se estudió también la cantidad de visitas de los maestros a la empresa durante las prácticas (Gráfico 43)

Gráfico 43. Visitas del maestro a la empresa

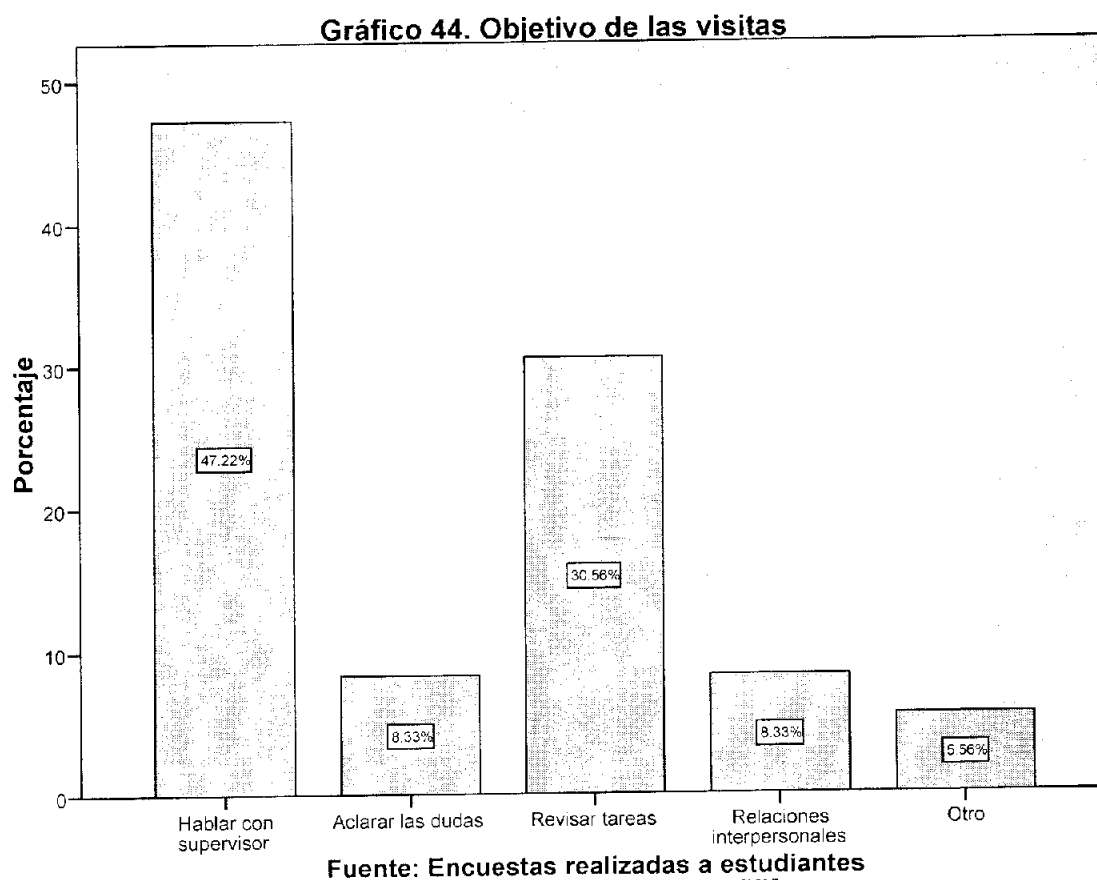


El 27.78% de los estudiantes afirman que fueron visitados por los docentes dos veces: al inicio y al final, un 25% expresó que semanalmente recibieron una visita, en 22.22% sólo una vez, hubo un estudiante que no recibió visita, ya que él realizó su gestión de ubicación. Esto indica que algunos docente solamente en el momento de la ubicación.

La misma pregunta se hizo a los maestros, y las respuestas coincidieron con las dadas por los estudiantes. El maestro debería visitar al educando en su práctica, al menos una vez a la semana, para medir su progreso. Lamentablemente, el programa de la Asignatura no establece ningún parámetro.



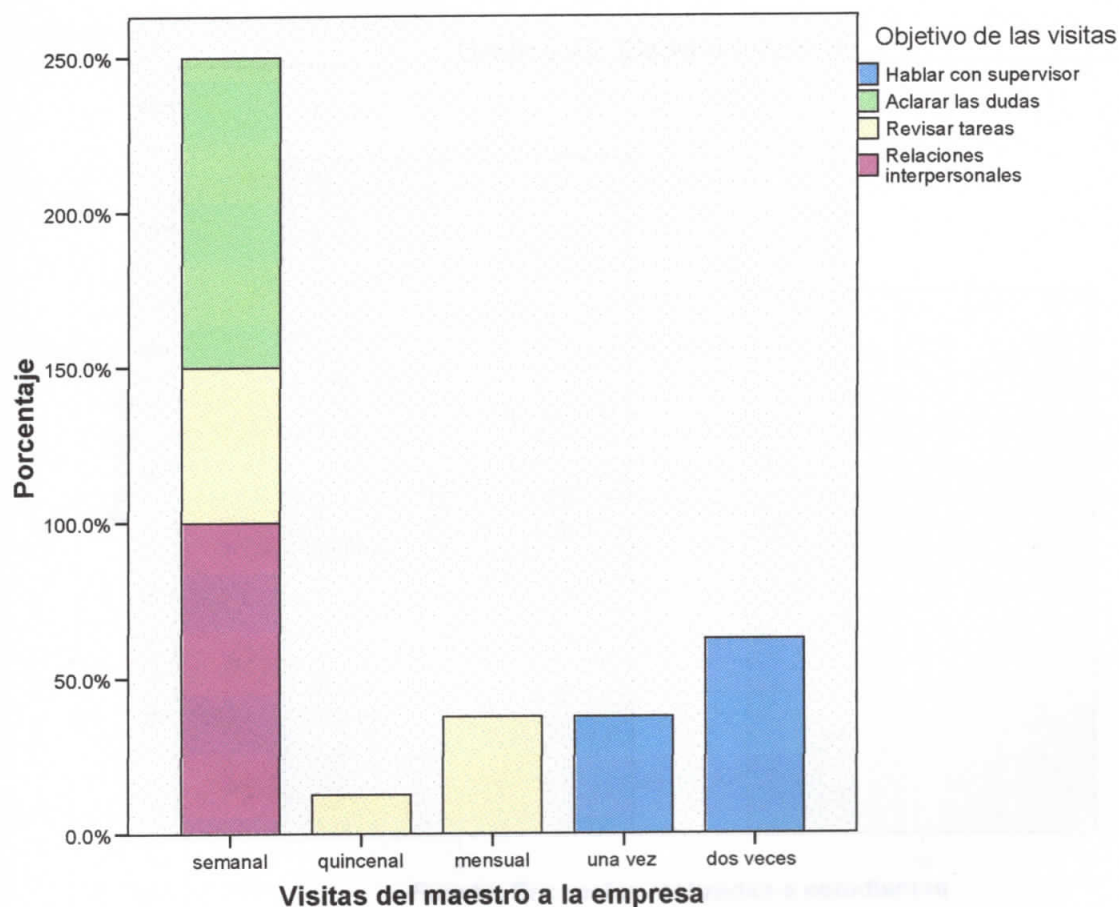
En cuanto a los objetivos de las visitas, el 47.22% de los estudiantes afirma que fue para hablar con el supervisor de la práctica, otro 30.56% dice que el maestro llegaba para revisar las tareas, el 8.33% dice que el propósito de la visita fue la aclaración de dudas y otro 8.33%, que el maestro les visitaba para fortalecer las relaciones interpersonales. El 5.56% dicen que el motivo de las visitas fue otro, pero explican que era la combinación de revisión de las tareas con la comunicación con el supervisor inmediato (Gráfico 44)



Los maestros afirman que estos fueron los motivos de sus visitas. Se hizo el análisis de la relación entre la frecuencia de visitas y sus objetivos, para visualizar si existe alguna relación.

Se identificó que si el maestro visitó de una a dos veces la empresa, fue únicamente con el propósito de comunicarse con el jefe inmediato por parte de la empresa. En las visitas quincenales y mensuales, llegaba a la empresa para revisar el cumplimiento de las tareas asignadas, pero en las visitas semanales los propósitos suelen ser diferentes (Gráfico 45)

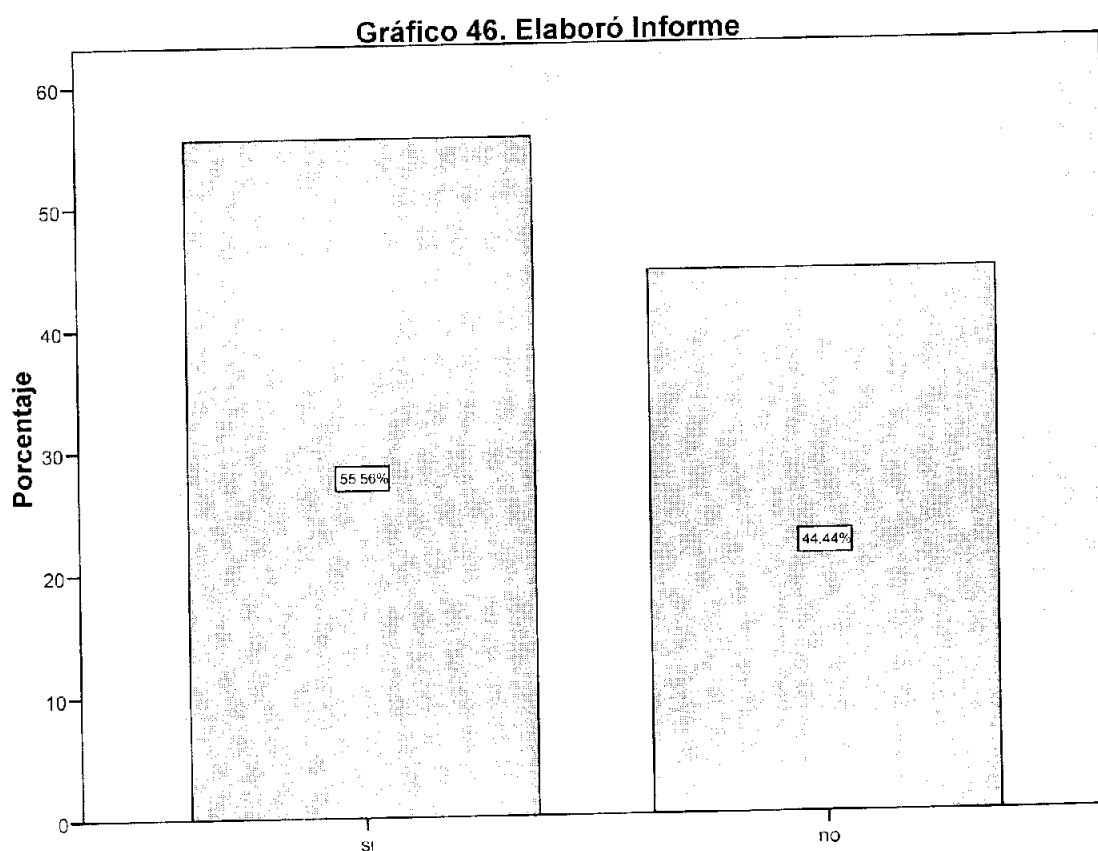
Gráfico 45. Relación de frecuencias de visitas con su propósito



Las visitas a las empresas forman parte de labor educativa del maestro, y no hay que descartar su importancia.

El Programa de Asignatura orienta 12 horas para elaborar el Informe en grupos de tres, donde los alumnos socializan sus experiencias. En relación a esto, se hicieron las preguntas tanto a los alumnos, como a los docentes sobre si se elaboró un informe al culminar las prácticas.

El 55.56% de los alumnos afirman que hicieron un informe al finalizar las prácticas y 44.44% dicen que no (Gráfico 46)



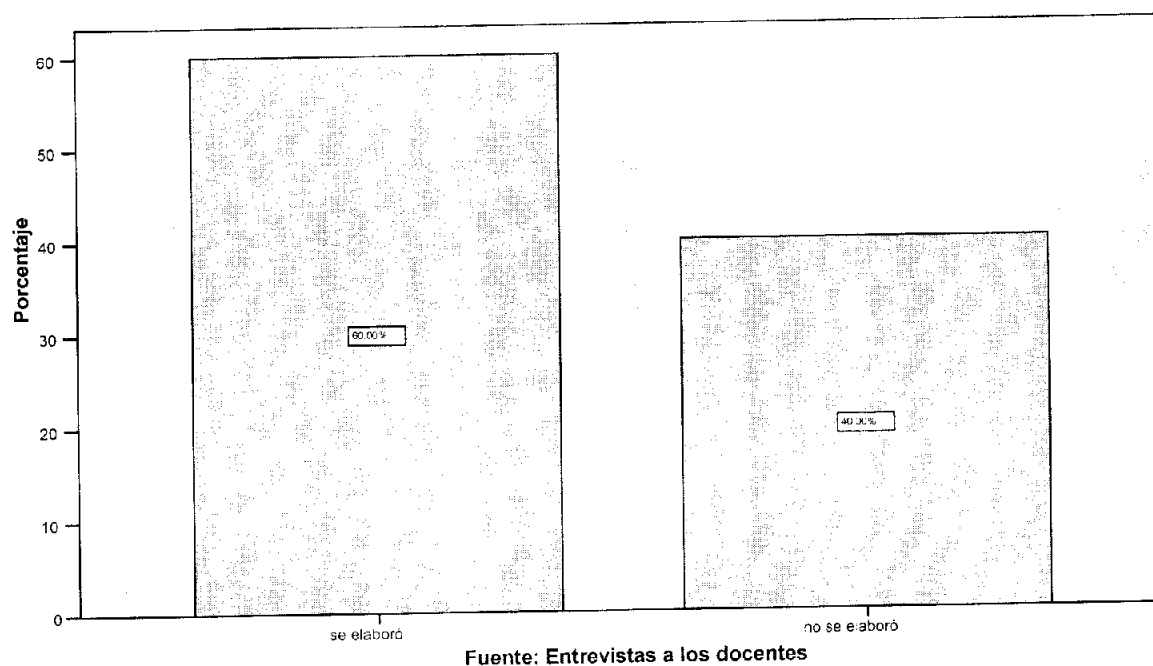
Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

El informe de Prácticas Profesionales tiene doble propósito: sirve para que el estudiante analice y sintetice lo aprendido durante las Prácticas Profesionales, elabore sus propuestas de mejora y también funciona como forma de evaluación.

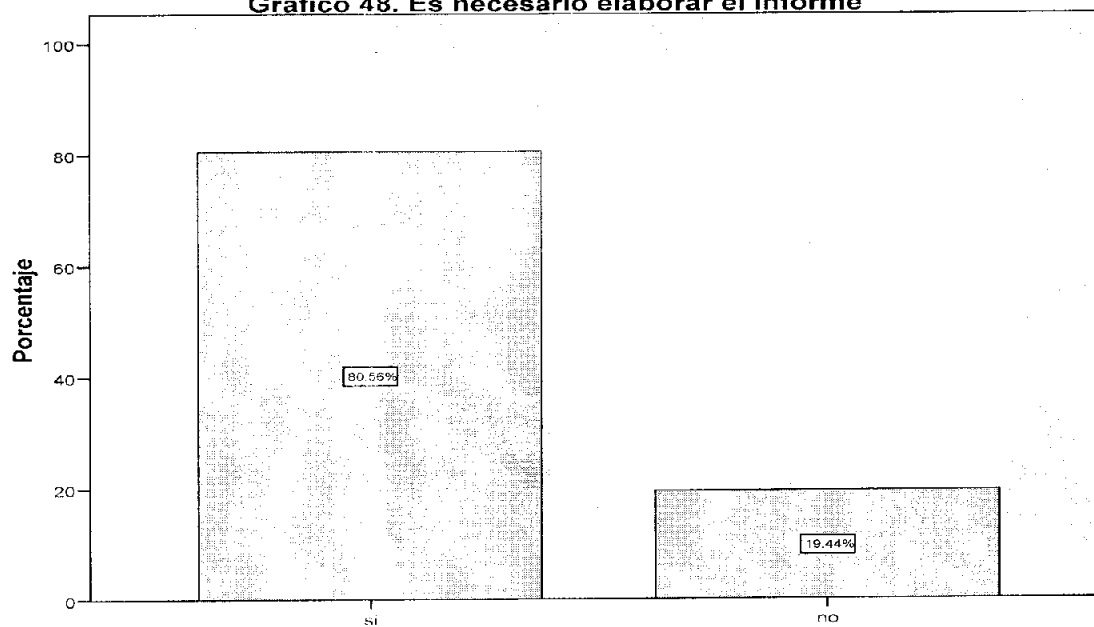
Al no elaborar el informe, el discente pierde la oportunidad de afianzar los conocimientos y habilidades adquiridas y no se aprovecha el desarrollo de la habilidad analítica. También el docente no obtiene una herramienta valiosa de evaluación de aprendizaje.

Los maestros en 60% afirman que se elaboró el informe, y en 40% que no se elaboró (gráfico 47)

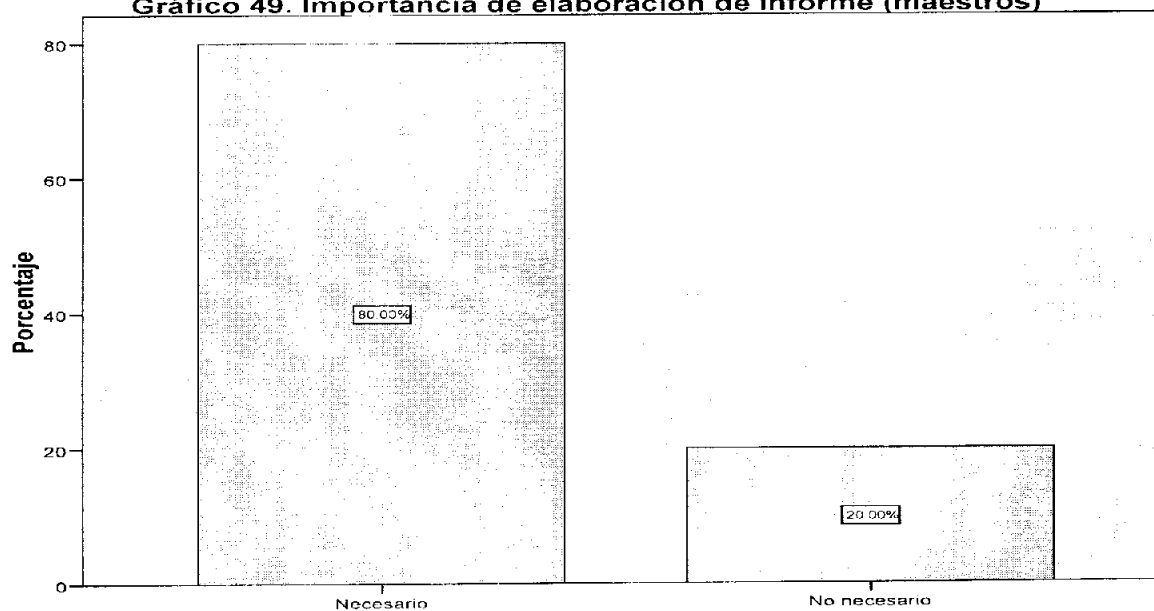
Gráfico 47. Elaboración de informe



A pesar que prácticamente en la mitad de los casos el informe no se elaboró, mayoría de estudiantes (70%) y de los docentes (80%) no descartan la importancia de elaboración del informe (Gráficos 48 y 49)

Gráfico 48. Es necesario elaborar el informe

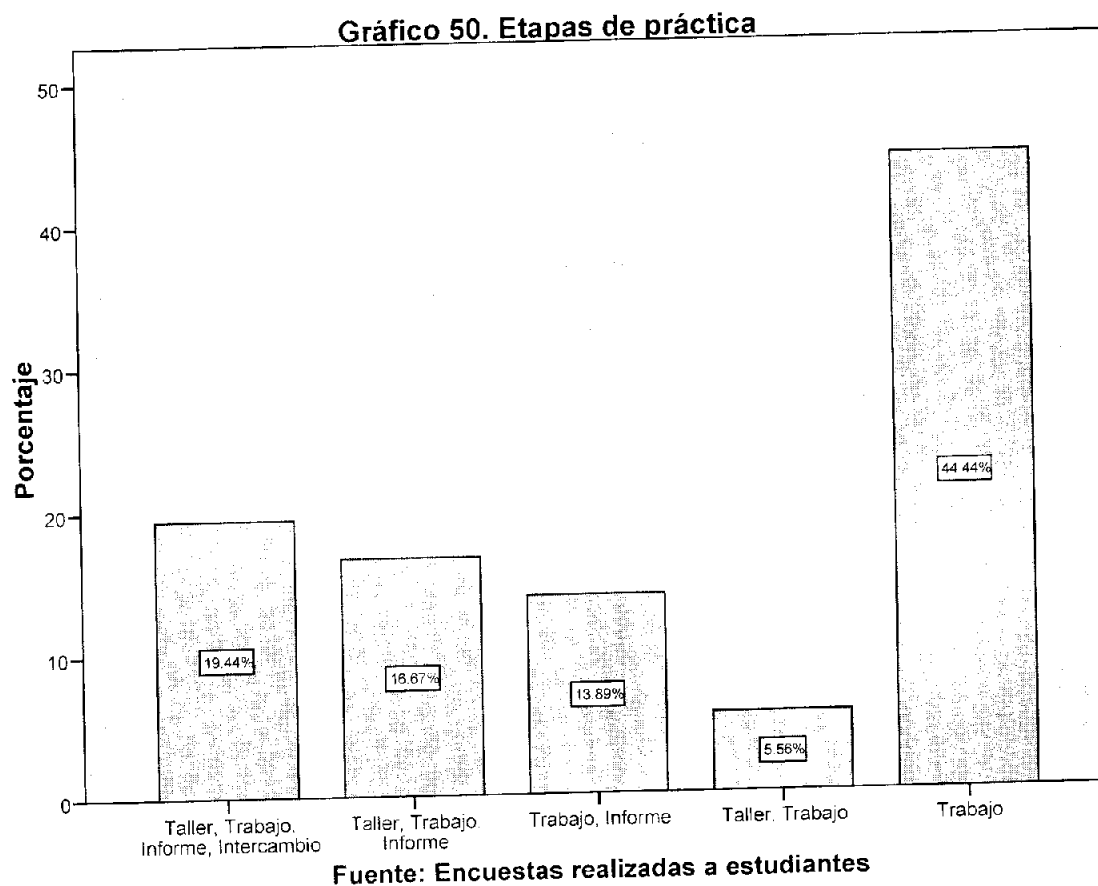
Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Gráfico 49. Importancia de elaboración de informe (maestros)

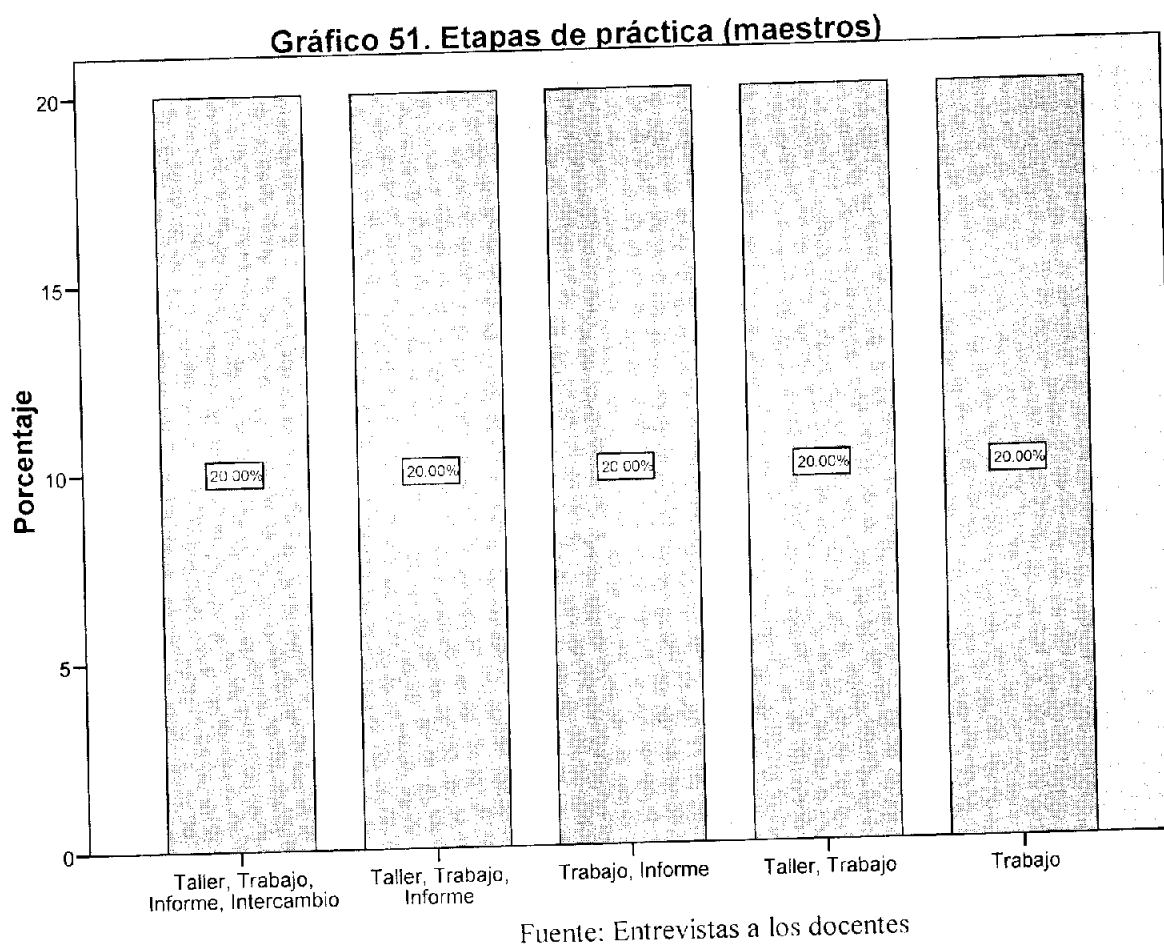
Fuente: Entrevistas a los docentes

Otra pregunta fue relacionada con las etapas de la práctica. El Programa de asignatura establece cuatro etapas: Taller de refrescamiento, pasantía en la empresa (Trabajo), Elaboración de Informe y Presentación de Informe con los fines de retroalimentación.

El 44.44% de estudiantes afirman que las prácticas tuvieron una sola etapa, que consistió en el trabajo en una empresa; el 19.44% de los estudiantes dicen que tuvieron lugar las cuatro etapas de la práctica; el 16.67% afirma que cumplieron con las primeras tres etapas, omitiendo la retroalimentación, el 13.89% dice que sólo realizaron el trabajo en las empresas concluyendo con un informe y el 5.56% afirma que hubo dos etapas: el taller de refrescamiento y trabajo en la empresa (Gráfico 50)



La misma pregunta se hizo a los maestros, el 20% de los cuales afirmaron que cumplieron con todas las cuatro etapas, el 20% afirma que no cumplieron sólo con la última etapa de retroalimentación, el 20% dice que sólo hubo dos etapas: trabajo en la empresa e informe, otro 20% dice que hicieron el taller y el resto de tiempo se dedicó al trabajo en las empresas, y el último 20% afirma que hubo sólo una etapa: trabajo en las empresas (Gráfico 51)

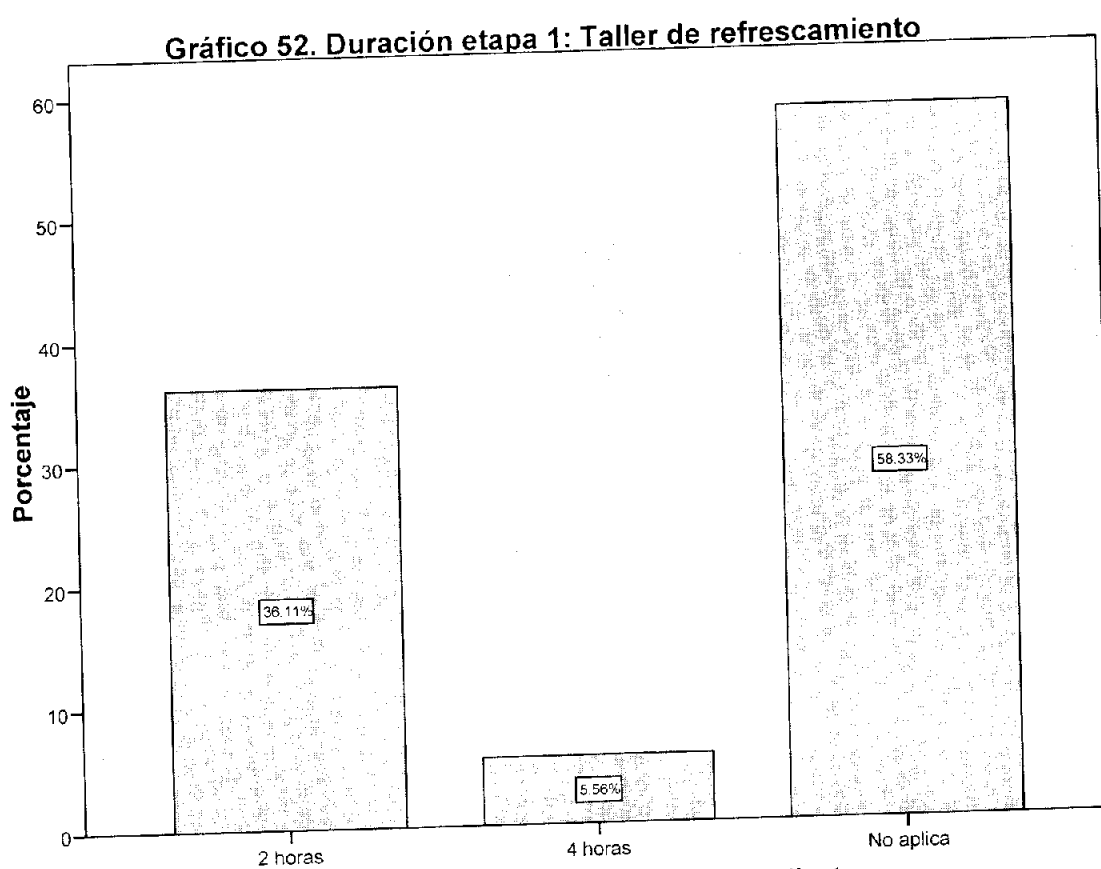


Los porcentajes en este caso no coinciden. Esto se puede relacionar con el hecho que se trabajó con la población total de maestros y de los estudiantes sólo fue una muestra de 36 individuos escogidos al azar. Pero a pesar de ello, se

confirma que no todos los maestros cumplen con las cuatro etapas que contempla el Programa de Asignatura.

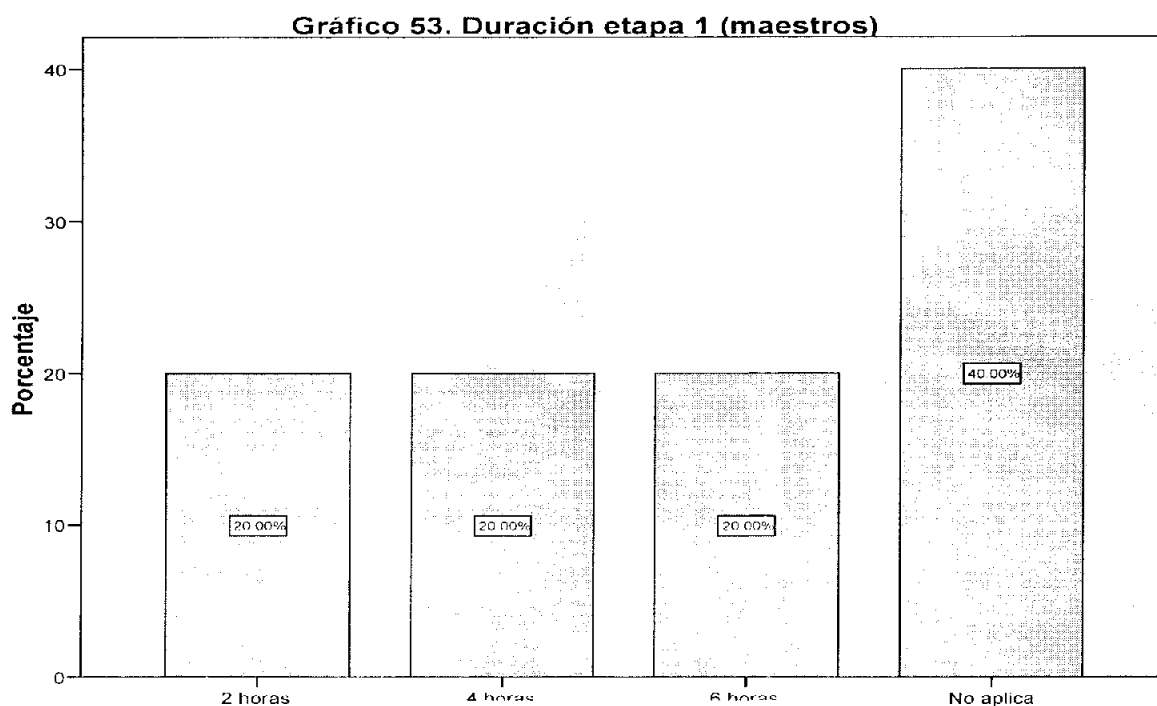
También se analizó la duración de cada etapa, comparando los datos que proporcionaron los estudiantes y los maestros.

Del 41.67% de los estudiantes que dicen que se realizó la primera etapa, 36.11% afirma que ésta duró 2 horas y el 5.56% dice que duró 4 horas (Gráfico 52)



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

De los maestros que aplicaron la primera etapa, el 20% dice que ésta duró 2 horas, otro 20% que duró 4 horas y un 20% señalan que duró 6 horas. Nadie de los alumnos afirma que el Taller duró 6 horas, y en el resto los datos coinciden.

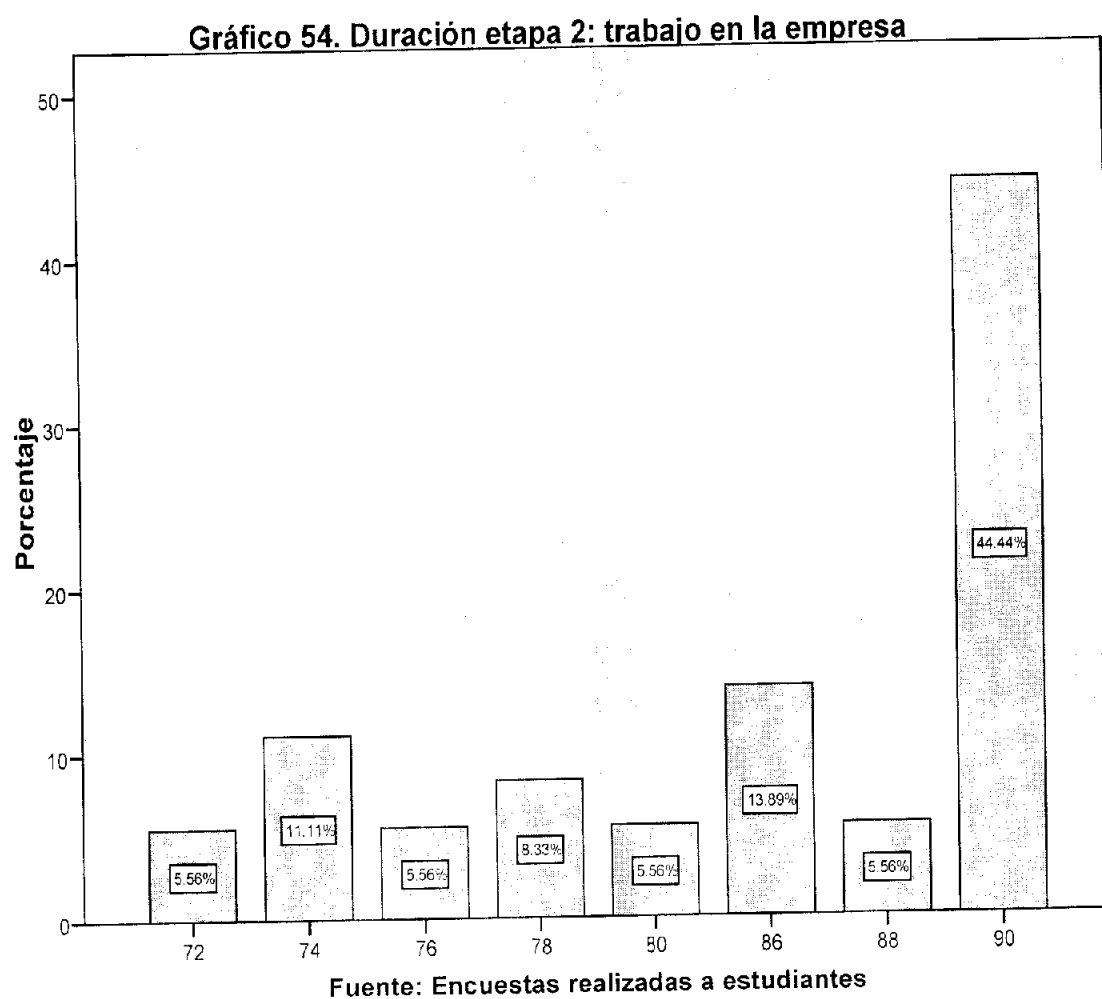


Fuente: Entrevistas a los docentes

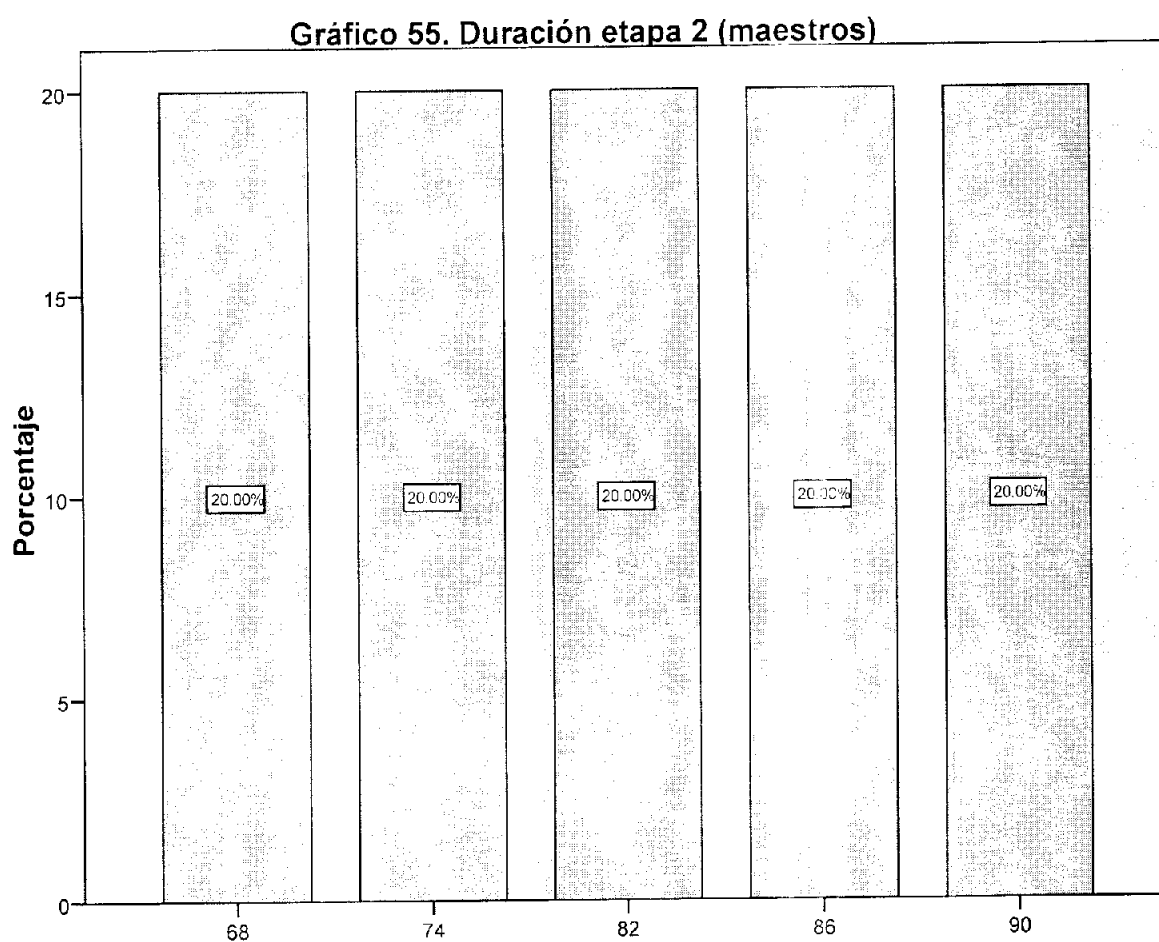
El Programa de Asignatura de Prácticas Profesionales (1999) orienta seis horas para el Taller y la investigación realizada arroja que esta orientación no se cumple. Es más, en el 40% según los maestros y en 58.33% según los estudiantes esta etapa se omite.

No recibir las orientaciones iniciales de la manera clara y explícita dificulta el logro de los objetivos de la Práctica Profesional en las empresas. El taller constituye un eje transversal que integra los conocimientos aprendidos por los estudiantes con la práctica y realidad empresarial.

En cuanto a la segunda etapa (el trabajo en la empresa), 44.44% de los alumnos dicen que duró 90 horas, 13.89% afirman que fue 86 horas, 11.11% indica que duró 74 horas, 8.33% refleja 78 horas, 5.56% señalan 72 horas, otros 5.56% contabilizan 80 horas y otro 5.56% dice que duró 88 horas (Gráfico 54)



Los maestros afirman que esta misma etapa duró en igual medida (20%) 68, 74, 82, 86 y 90 horas (Gráfico 55)



Fuente: Entrevistas a los docentes

Las diferencias en los datos que proporcionan los maestros y alumnos, en cuanto a la duración de esta etapa de las prácticas, se puede explicar igual que antes por el tamaño de la muestra de los estudiantes.

El Programa de Asignatura Prácticas Profesionales orienta 64 horas de trabajo en las empresas. Como se puede observar en las gráficas anteriores (54 y 55) tanto los estudiantes, como los docentes afirman que cumplieron más horas que orienta el programa. Lamentablemente, este cumplimiento se hace acortando

otras etapas, no menos importantes que la pasantía en las empresas.

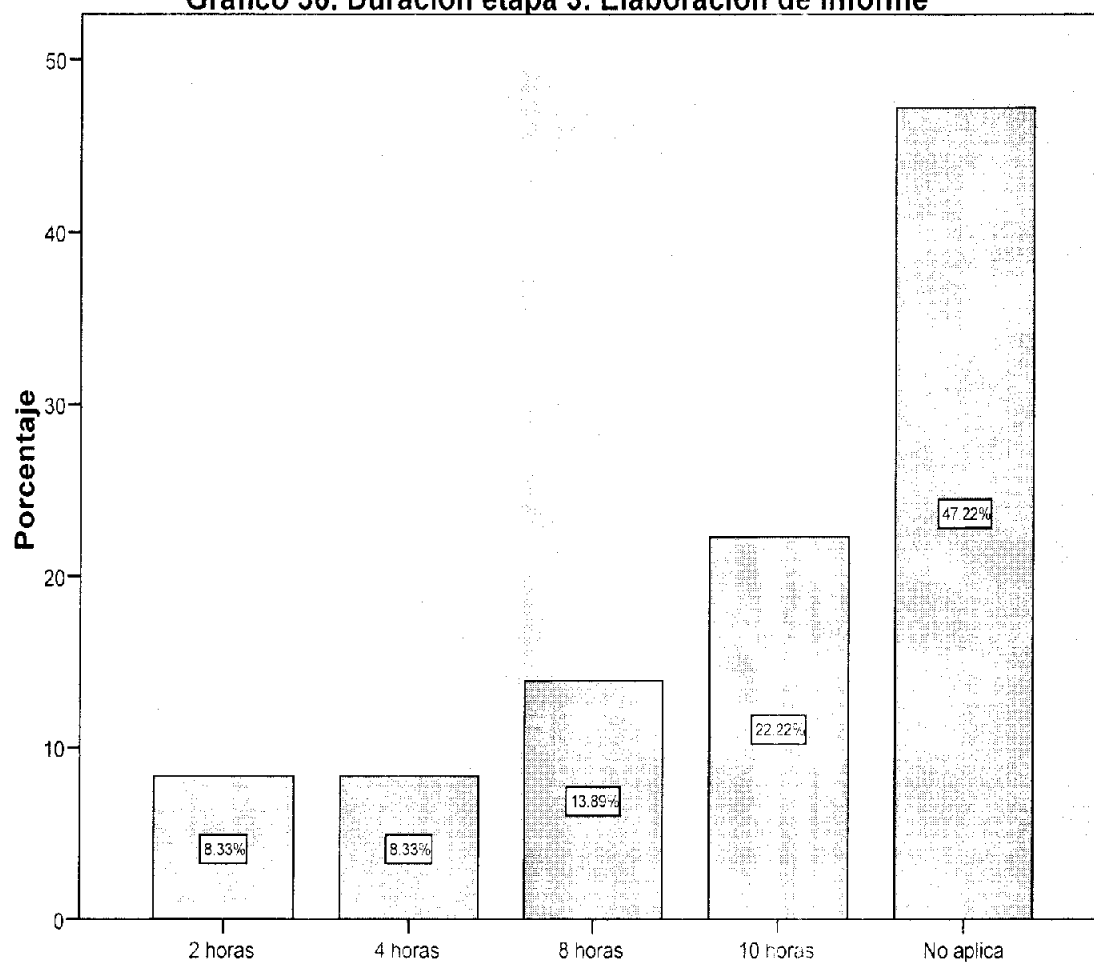
En la organización de las prácticas con la empresa se firma una carta donde la empresa se compromete asignar al estudiante un cargo para este periodo conforme los objetivos de las Prácticas.

Los estudiantes trabajaron en tales empresas de Matagalpa como Caritas Diosesanas, BAC, PROLACSA, SAGSA, INTA, Xerox de Nicaragua, S.A., Alcaldía de Matagalpa, Café Don Paco, VYPSA, Farmacia Oziris, Cruz Roja de Matagalpa, Comercial Calero.

Los maestros explicaron que tuvieron dificultades con la ubicación de los estudiantes del turno nocturno, ya que la mayoría trabaja y las empresas no están muy dispuestas aceptar a un trabajador solo por un día a la semana o trasladar internamente para dos semanas al trabajador a otra área en la misma empresa.

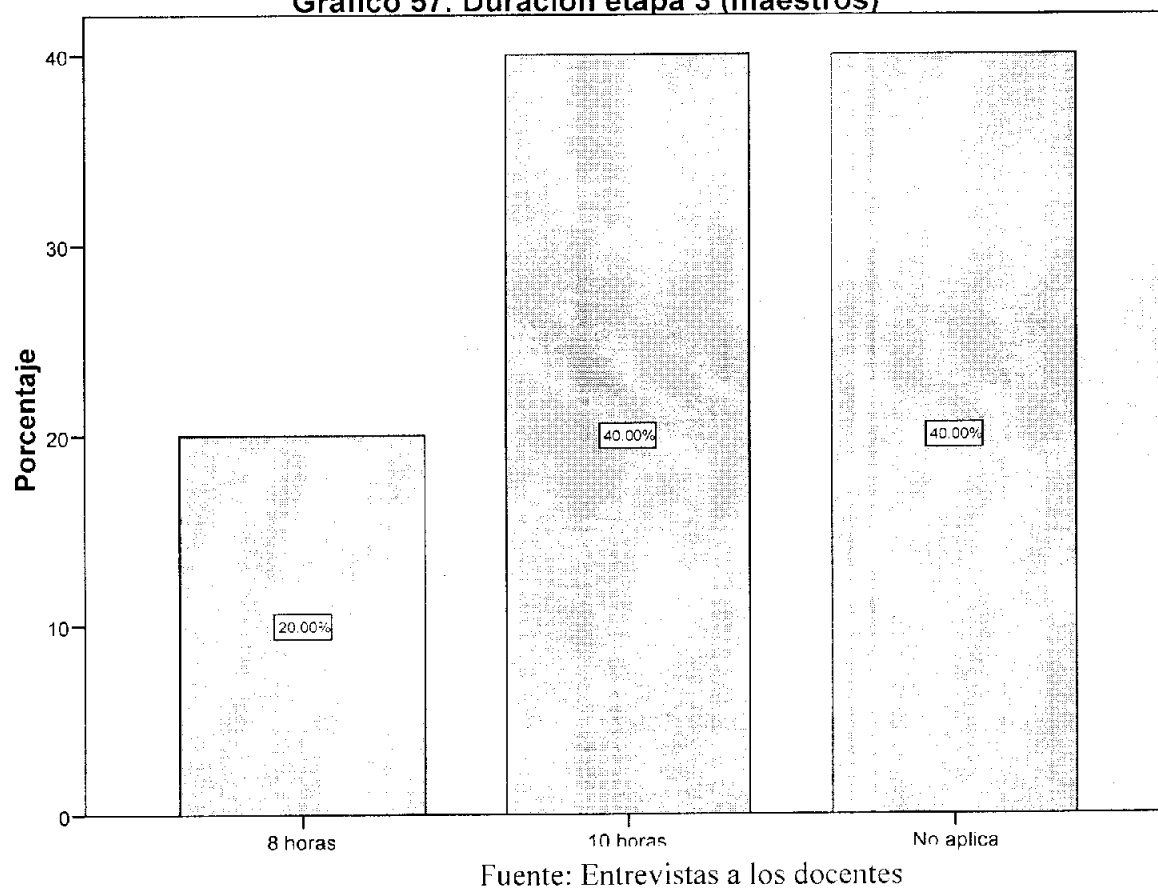
Una posible solución podría ser la organización de las Prácticas Profesionales en el periodo de vacaciones de diciembre – enero, cuando estos estudiantes están de vacaciones en sus empresas; sin amargo, en las empresas cafetaleras es el punto más alto de la cosecha y ellos aceptan con mayor apertura el apoyo de los practicantes.

El 22.22% de los estudiantes dicen que la tercera etapa (Elaboración de informe) duró 10 horas, como estipula el programa, el 13.89% dice que duró 8 horas, 8.33% afirma que duró 4 horas y otro 8.33% indica que duró apenas 2 horas (Gráfico 56)

Gráfico 56. Duración etapa 3: Elaboración de Informe

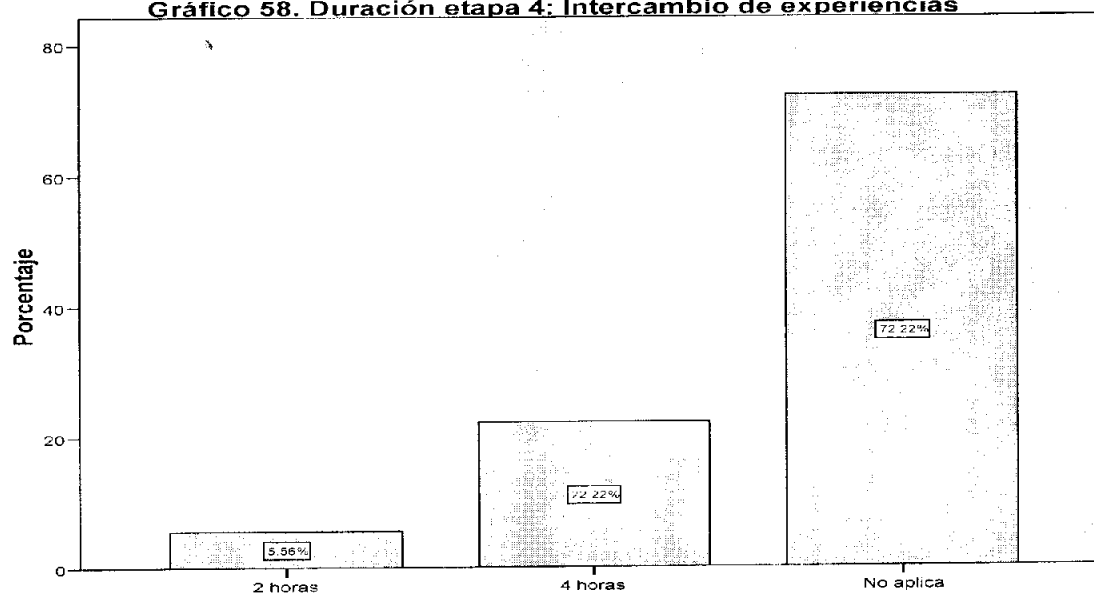
Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Las respuestas que dan los maestros a la misma pregunta sobre la duración de la etapa de elaboración del informe es muy similar a la respuesta que dan los discentes, ya que del 60% de los maestros que aplicaron esta etapa, el 40% afirma que duró 10 horas y 20% plantea que duró 8 horas (Gráfico 57)

Gráfico 57. Duración etapa 3 (maestros)

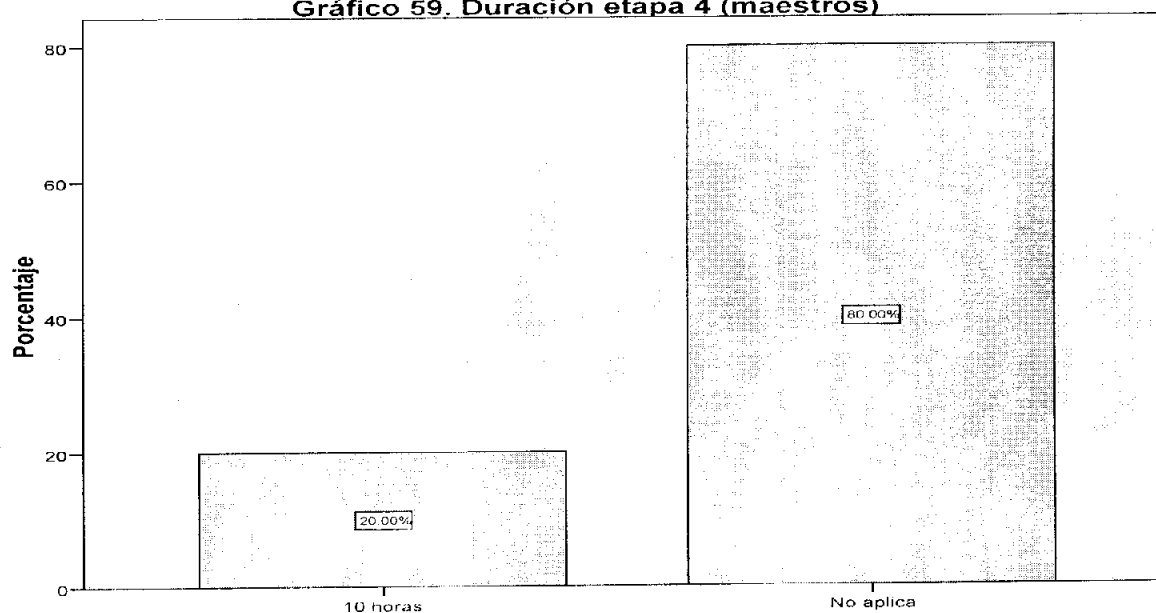
Según orienta el Programa de Asignatura (1999), esta etapa debe durar 16 horas, para que el discente tenga la oportunidad de elaborar un informe completo de prácticas, que incluya no sólo los hechos ocurridos, sino las propuestas concretas de solución de problemas encontrados.

La cuarta etapa de retroalimentación tuvo lugar sólo en un 27.78% de los encuestados, y según refleja el 22.22%, duró 4 horas y un 5.56% señala que la duración fue de 2 horas, según los datos proporcionados por los estudiantes (Gráfico 58)

Gráfico 58. Duración etapa 4: Intercambio de experiencias

Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

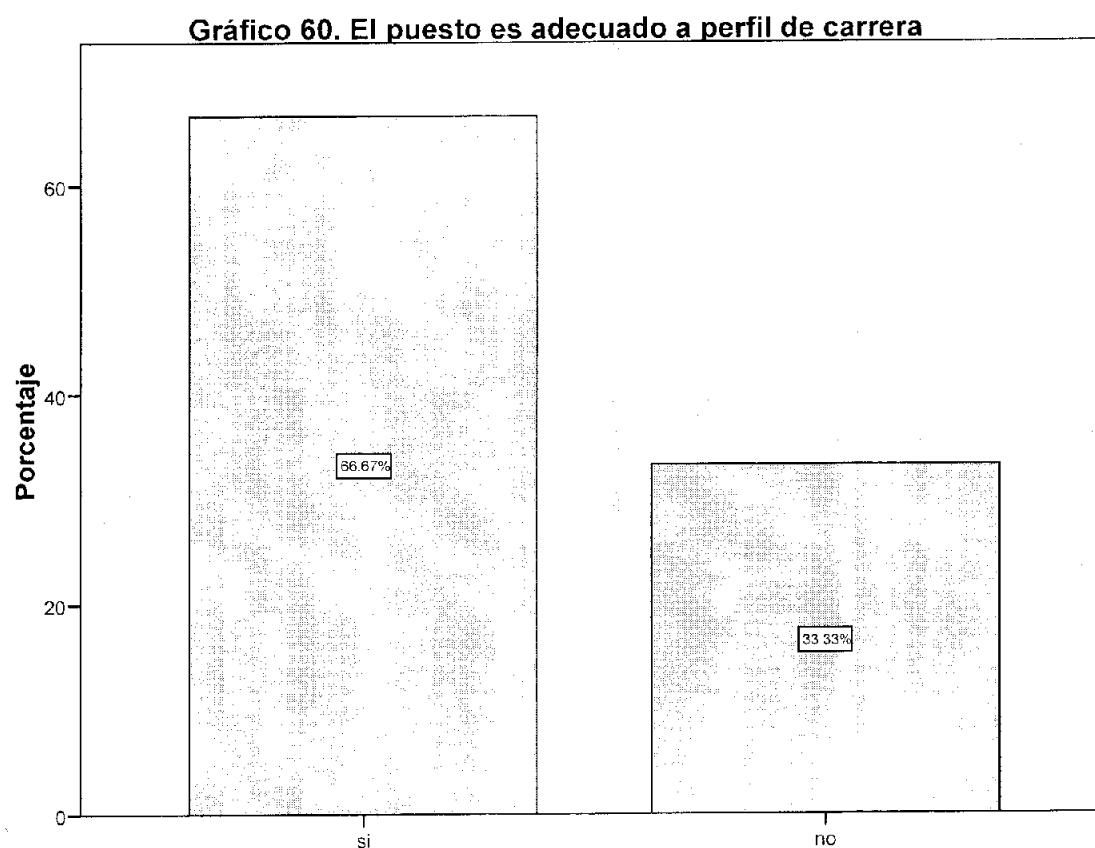
En su lugar, los maestros que aplicaron esta etapa afirman que su duración fue de 10 horas (Gráfico 59) Habría que confirmar con una observación, para determinar cuánto realmente duró la cuarta etapa, ya que los datos son muy diferentes.

Gráfico 59. Duración etapa 4 (maestros)

Fuente: Entrevistas a los docentes

Sin embargo, es alarmante que según los docentes en el 80% de los casos solo reciben los informes finales sin hacer la fase de retroalimentación. Los estudiantes no pueden trabajar en 64 horas en tres áreas distintas: recursos humanos, mercadotecnia y finanzas. La retroalimentación de las experiencias vividas y el relato sobre las habilidades adquiridas es parte importante del proceso de enseñanza – aprendizaje.

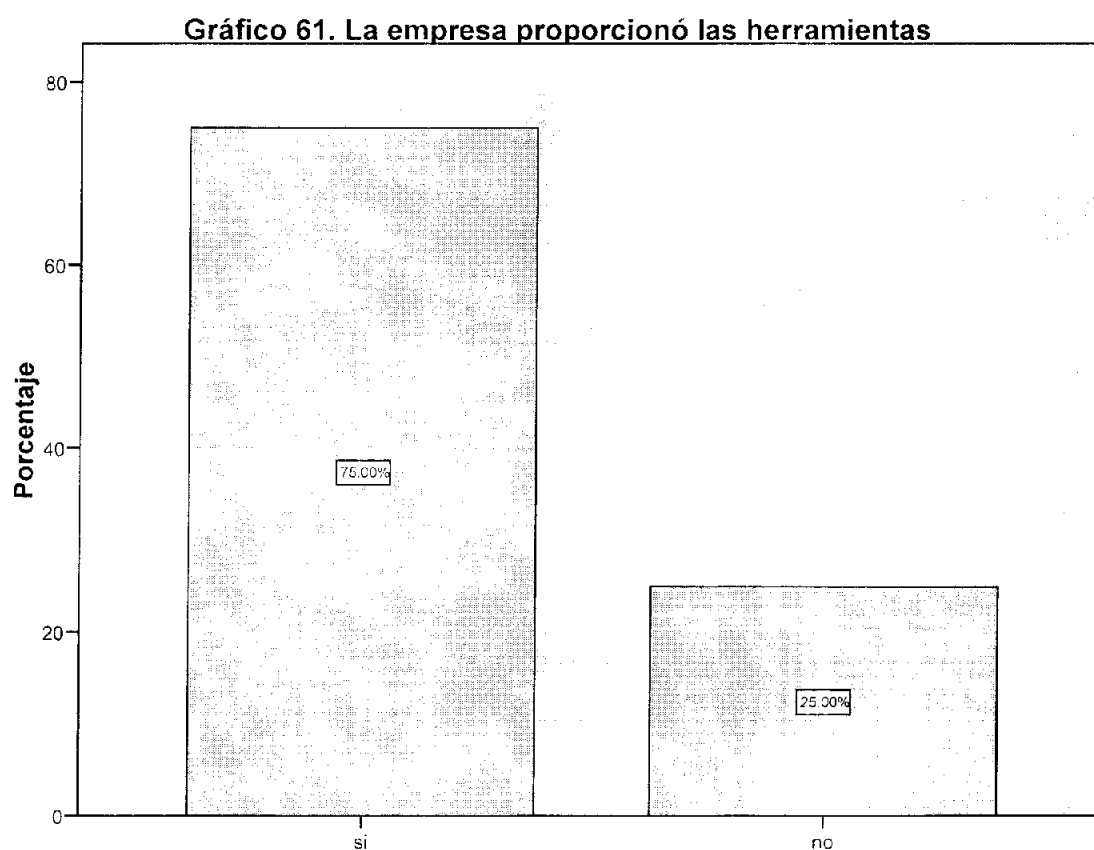
Se preguntó a los estudiantes si el puesto que ocuparon en la empresa durante su práctica, es adecuado al perfil de la carrera. El 66.67% dice que sí, y el 33.33% plantea que no es adecuado (Gráfico 60)



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Según Werther y Keith (1995:80) el puesto de trabajo es el conjunto de tareas ejecutadas por una sola persona. Al ocupar un puesto de trabajo durante 64 horas o más en una empresa el estudiante tiene funciones, deberes, derechos y responsabilidades las cuales deben corresponder con el perfil de su carrera. El docente debe velar por el cumplimiento de esta condición al hacer contacto con las empresas para la ubicación de los estudiantes.

En cuanto a las herramientas que proporcionaron los empresarios para cumplir con las labores asignadas, el 75% de los estudiantes encuestados dicen que las proporcionaron y el 25% señalan lo contrario (Gráfico 61)



Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

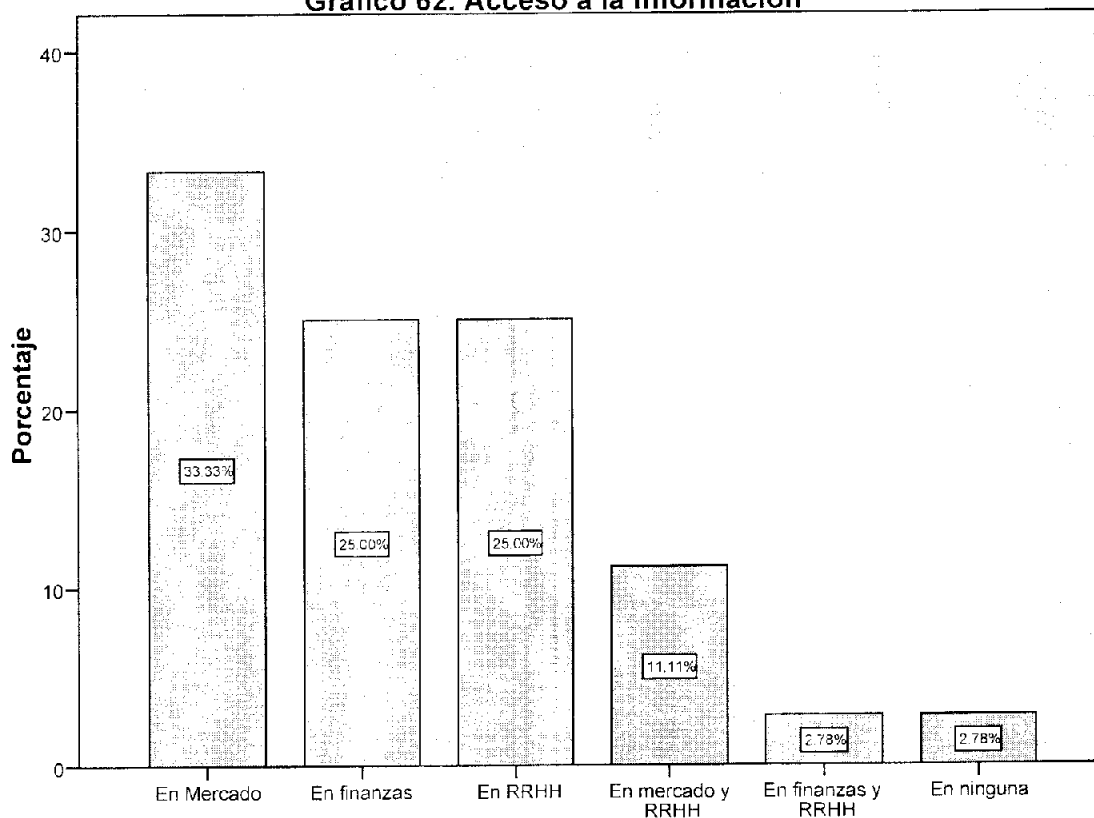
Según Gerling (1997:12) las herramientas de trabajo incluyen los objetos destinados a facilitar las tareas.

La mayoría de los estudiantes mencionan los escritorios y sillas cómodas, formularios, papelería, materiales de archivo (engrapadoras, perforadoras, fólder de diferentes tamaño, carpetas, etc.), computadora, calculadora, reglas, lápices de tinta y de grafito, borradores, tablillas para levantar datos fuera de la oficina, maletines.

Los que afirman que no tuvieron todos los materiales para trabajar, se quejan de que no proporcionaron lápices, borradores, calculadoras y tuvieron que utilizar las herramientas propias. A pesar de ello, en general la apreciación de los estudiantes sobre los insumos proporcionados por las empresas es positiva.

Para que el estudiante cumpla con éxito su plan de prácticas, es indispensable que el empresario proporcione la información relacionada con los Recursos Humanos, Mercado y Finanzas.

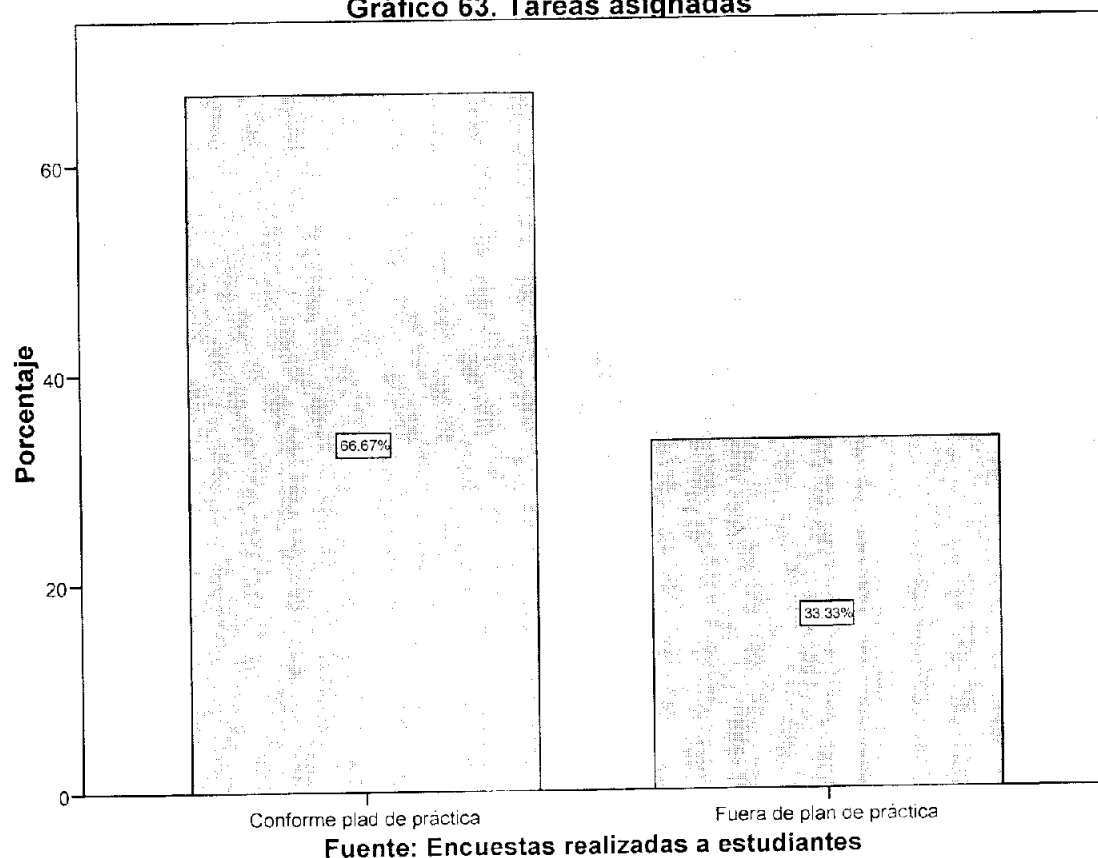
Sin embargo, ninguno de los estudiantes afirma que proporcionaron la información necesaria en las tres áreas. El 33.33% afirma que proporcionaron la información sobre el Mercado, el 25% dice que tuvieron acceso a la información sobre recursos humanos y otro 25% tuvo acceso a la información financiera, un 11.11% refleja que les propiciaron información, tanto en mercado como en recursos humanos, 2.78% se refiere a la facilidad de información que tuvieron en finanzas y recursos humanos y otros 2.78% dicen que no tuvo acceso a la información en ninguna de las áreas mencionadas (Gráfico 62)

Gráfico 62. Acceso a la información

Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Observando estos resultados se puede afirmar, que es muy difícil en un corto periodo de tiempo trabajar en tres áreas distintas. En este caso, se debería asignar a los estudiantes de la manera equitativa en las tres áreas distintas, formando en la etapa de Elaboración de Informe grupos de tres estudiantes que trabajaron en áreas distintas, para que tengan la oportunidad de compartir las experiencias.

En cuanto a las tareas asignadas, la mayoría de los estudiantes (66.67%) afirma que corresponden al plan de prácticas (Gráfico 63)

Gráfico 63. Tareas asignadas

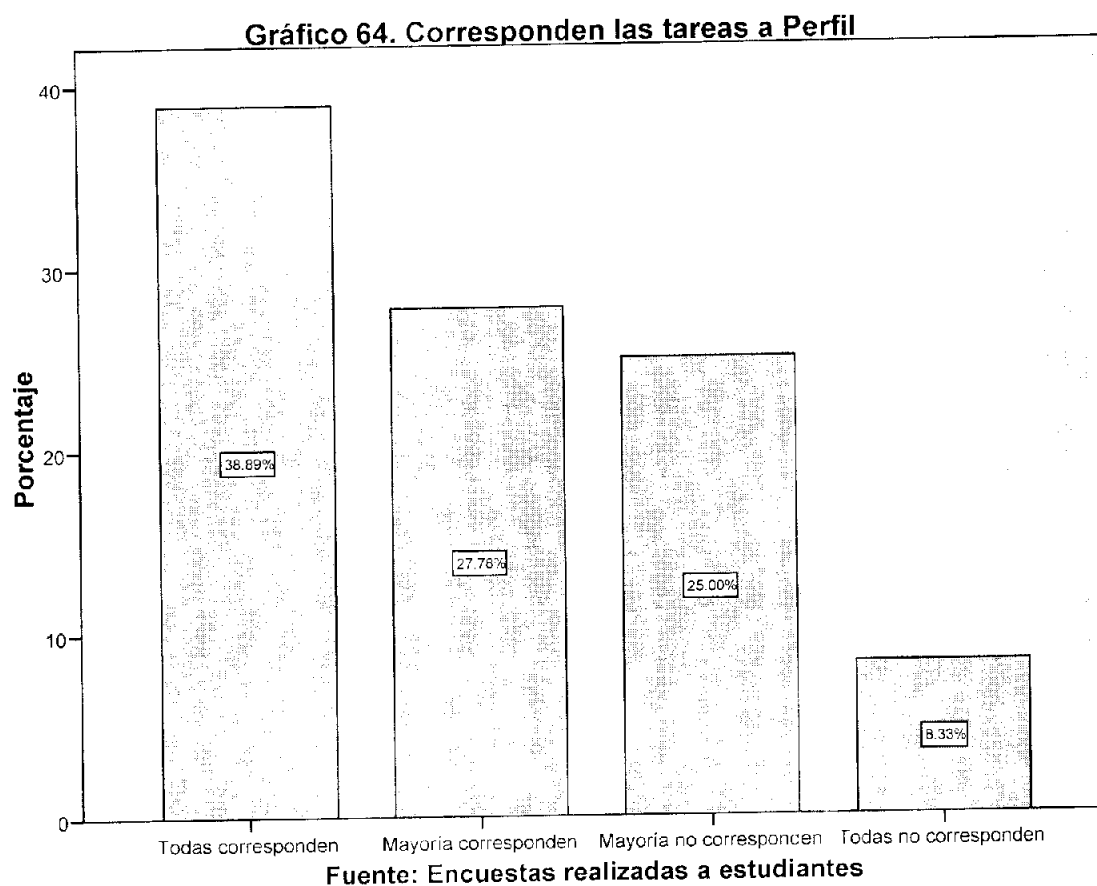
Fuente: Encuestas realizadas a estudiantes

Como se puede observar, estos datos coinciden totalmente con los resultados presentados en el gráfico 60 (La correspondencia de puesto asignado con el perfil de la carrera)

Fine y Wiley (2002) afirman que hay correspondencia directa entre el puesto de trabajo, su diseño y las tareas asignadas. La variedad de tareas que en la empresa se le asigna al estudiante, contribuye al mayor desarrollo de destrezas y habilidades laborales en administración de recursos humanos, mercadotecnia y finanzas.

Por último, se preguntó a los discentes sobre la correspondencia que existe

entre las tareas realizadas en las empresas durante las prácticas, con el perfil de su Carrera. El 38.89% respondieron que todas las tareas realizadas se corresponden con el perfil de la carrera, el 27.78% declararon que la mayoría de las tareas responden a su perfil, el 25% afirma que la mayoría de las tareas asignadas no corresponde al perfil de su carrera y el 8.33% dicen que las tareas realizadas no tienen que ver con el perfil de su carrera.



Hay correspondencia con las respuestas anteriores, ya que los mismos 33.33% que dicen que el puesto fue inadecuado, ubican las tareas como no correspondientes al perfil de la carrera.

PROPUESTA DE ORGANIZACIÓN DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

Justificación

Para desarrollar adecuadamente el proceso enseñanza aprendizaje en el aula de clase, se emplean diversas estrategias metodológicas, métodos, técnicas, procedimientos y recursos didácticos. Una combinación oportuna de éstos asegura el éxito o fracaso de los discentes en una asignatura.

Las Prácticas Profesionales es una asignatura que se imparte en el noveno semestre de la carrera de Administración de Empresas. La finalidad de esta asignatura es darle la oportunidad al estudiante de poner en práctica toda la teoría asimilada en las aulas de clase y aprender todo lo nuevo que da la experiencia por el desempeño profesional. En ésta se da el sentido práctico y aplicado de mayoría de otras asignaturas estudiadas hasta este momento.

El estudiante asume de manera independiente la tarea que se asigna en la empresa. Esta asignatura constituye un reto muy importante para el estudiante ya que al finalizarla obtendrá la seguridad del desarrollo para su futuro desempeño laboral.

La investigación realizada descubrió la existencia de serias dificultades en la adquisición de las destrezas y habilidades en el transcurso de las Prácticas Profesionales.

Por esto es muy importante la selección cuidadosa por el maestro de las estrategias metodológicas, medios, métodos y procedimientos, ya que la asignatura requiere de una especial atención en la evaluación formativa, aclaración de dudas, formación y fortalecimiento de principios y valores, adquisición de una gama de competencias profesionales tanto genéricas como específicas.

Objetivos

- Realizar un diseño de intervención pedagógica para cumplir con el Plan de Asignatura Prácticas Profesionales, Carrera Administración de Empresas
- Diseñar el contenido y temporalización de cada etapa de las Prácticas Profesionales
- Hacer la propuesta metodológica y de evaluación de Asignatura

Temporalización

Se trabajará durante 90 horas, dosificadas en el período de 6 horas de introducción, impartidas en tres secciones de dos horas cada una los tres días consecutivos, luego 64 horas de trabajo en las empresas que pueden ser efectuados en 8 días laborales de 8 horas cada uno o 16 días laborales de 4 horas cada uno, seguido con 16 horas para elaborar el informe (4 días de 4 horas de trabajo cada uno u ocho días de 2 horas de trabajo cada día) y culminando con 4 horas de exposiciones de los informes e intercambio de experiencias.

Primera etapa

Debería realizarse en el aula de clase, en el mes de diciembre o en primera semana de enero, durante tres días seguidos. Cada sección se iniciará con la indagación de conocimientos previos (evaluación inicial) construyendo un taller práctico de refrescamiento de tres áreas específicas:

Primer día: Administración de Recursos Humanos

- En forma de un plenario los estudiantes contestan las preguntas sobre el reclutamiento, selección, inducción, elaboración de planilla, evaluación de personal, seguridad e higiene. Tiempo sugerido: 30

minutos

- Se hace un ejercicio corto de elaboración de planilla aplicando la estrategia de juego didáctico y se somete a discusión (30 minutos en total)
- Se forman los subgrupos de cuatro a cinco integrantes y se les entregan diferentes formularios de evaluación para que los estudiantes apliquen uno al otro, terminando con un plenario (30 minutos)
- Se forman los grupos de cinco integrantes a quienes se entrega un plan de seguridad e higiene laboral (distinto a cada grupo) para su evaluación y propuestas de mejora. A cada grupo se proporcionan los papelógrafos y marcadores para hacer sus exposiciones y recibir críticas y correcciones de sus compañeros y el docente (30 minutos)

Segundo día: Mercadotecnia

- Se forman los grupos de cuatro integrantes a quienes se entrega un caso de estudio para determinar los elementos de la mezcla de mercadotecnia y sugerir mejoras. Se puede realizar en vez de estudio de caso un juego didáctico como mini mercado, fábrica de mermeladas u otro sugeridos por CEFE (Creación de Empresas Formación de Emprendedores) Tiempo sugerido: una hora
- Se forman grupos de seis integrantes y se entregan diferentes productos o sus imágenes con la tarea de elaborar una estrategia de fijación de precios. Se pide a cada grupo la justificación del enfoque elegido (30 minutos)
- Para los mismos productos se pide elaborar y presentar las estrategias promocionales. Se puede hacer en forma de dinámica de grupo (30 minutos)

Tercer día: Finanzas y Relaciones interpersonales

- El docente prepara varios juegos de presupuestos y estados financieros, entrega un paquete por dos o tres integrantes y explica análisis vertical y horizontal, los rubros principales de presupuesto y las partes del plan financiero (45 minutos)
- Se hace el plenario para aclarar las dudas (30 minutos)
- Se forma la cantidad par de grupos de cuatro a cinco integrantes y a cada par de grupos se proporcionan los casos de conflictos laborales y situaciones prácticas de conflicto latente. Los números impares proponen las soluciones, y los números pares hacen correcciones y sugerencias (45 minutos)

Segunda etapa

Previamente a esta etapa el docente debe tener los contactos establecidos con las empresas receptoras, tener firmados los convenios de colaboración o cartas de compromiso. Debe ser cuidadoso en escoger los lugares de práctica y asegurarse que el puesto es correspondiente al perfil de la Carrera, las tareas y funciones están centradas en administración de recursos humanos, mercadotecnia o finanzas.

También tiene que elegir los puestos de tal manera que un tercio de los estudiantes quede en recursos humanos, otro tercio en mercadeo y ventas y el último tercio de estudiantes en el área de contabilidad y finanzas. De esta manera se garantizarán los grupos de tres estudiantes que cursarán la práctica en diferentes áreas.

A cada estudiante debe entregarse un Diario de práctica, diseñado por el docente conforme los objetivos de ésta.

Tercera etapa

Se orienta a los estudiantes la estructura de Informe y se forman los grupos de tres integrantes según el criterio del docente para que cada grupo conforme un estudiante que cursó las prácticas en el área de recursos humanos, un estudiante que estuvo en el área de mercado y uno que trabajó en el área de finanzas.

En el caso que no sea posible formar los grupos de tres, algunos grupos podrán ser de cuatro integrantes, siempre cuidando que cada grupo represente tres áreas distintas.

Cabe señalar, que en esta etapa los estudiantes trabajarán de manera independiente, entregando el Informe en el día señalado por el docente. El tutor de las prácticas debería dar consultas a cada grupo de manera individual, en el horario de consultas previamente establecido.

Cuarta etapa

Se sugiere hacer en una o dos secciones máximas, dándole tiempo de exposición de 15 minutos máximo a cada grupo y dejando 15 minutos para preguntas y respuestas. El docente debe procurar que estas exposiciones no sólo sirvan de evaluación, sino que sean un verdadero espacio de retroalimentación y aprendizaje. Todo el grupo, no solo el expositor debe participar en el plenario.

Metodología

Se sugiere en la primera etapa una metodología participativa activa, centrada en el estudiante. En la segunda etapa el estudiante recibe poco asesoramiento por parte del docente, aplicando el método de aprender haciendo. En la tercera y cuarta etapas se sugieren los métodos interactivos combinados con el aprendizaje individual.

Evaluación

Se sugiere hacer los tres tipos de evaluación: diagnóstica o inicial, formativa y sumativa.

Evaluación diagnóstica: se hace en la etapa de realización del Taller de Refrescamiento, para evaluar los conocimientos previos de los estudiantes y a partir de allí desarrollar las estrategias más concretas de realización del Taller.

Evaluación formativa: consiste en visitas programadas del docente a las empresas, aclaración de dudas, consultas durante la elaboración de informe, sugerencias después de la exposición.

Evaluación sumativa: revisión sistemática de los diarios de práctica, revisión y valoración de Informe según la lista de cotejo elaborada por el docente, evaluación de exposición (el lenguaje, fluidez, tiempo, dominio, presentación de trabajo) También debe tomarse en cuenta la valoración emitida por el supervisor inmediato en la empresa receptora.

Síntesis de la Intervención propuesta

La propuesta de intervención didáctica está sintetizada en la tabla presentada en el Anexo 4, donde se describe que estrategias, métodos, técnicas, procedimientos y recursos didácticos podrían ser utilizados para lograr las destrezas y habilidades especificadas en el Programa de Asignatura.

VIII. CONCLUSIONES

1. De las actividades previstas en el Plan de estudios de la Asignatura Práctica Profesional sólo en un 20% de casos se cumplió con todas las cuatro etapas de su desarrollo: Taller de refrescamiento, Trabajo en las

Empresas, Elaboración de Informe de Práctica y Exposiciones de los Informes en un plenario.

2. Algunos de los maestros no le dan debida importancia al Taller de refrescamiento, omitiéndolo por completo o dedicando de 2 a 4 horas en vez de las 6 horas establecidas por el Plan de Estudios e inclusive en la mayoría de los casos el Taller no fue impartido.
3. Es muy importante la selección cuidadosa por el maestro de las estrategias metodológicas, medios, métodos y procedimientos para impartir el Taller, ya que en pocos casos cuando el taller fue impartido, no fue valorado por los estudiantes como herramienta de aplicación en su trabajo en las empresas.
4. La percepción de los estudiantes en cuanto a los insumos que proporcionan las empresas para cumplir con el Plan de práctica en su segunda etapa es positiva, ya que 75% afirman que recibieron todas las herramientas necesarias, el 66.67% dicen que el puesto corresponde al perfil de la carrera, y en otro 66.67% de los casos, las tareas correspondieron al plan de la práctica.
5. El Informe final se elaboró sólo en 56% de los casos, y la retroalimentación se dio sólo en 27%, lo que indica bajo nivel de cumplimiento de estas dos etapas de la Práctica
6. Elaboración de los Informes de Práctica y su exposición en un plenario ayuda a los estudiantes intercambiar las experiencias y afianzar las habilidades y destrezas adquiridas
7. El 80% de los estudiantes ha logrado adquirir las destrezas y habilidades indispensables para el desempeño laboral, pero sólo en un área de conocimiento en vez de tres. Esto significa, que la calidad de los procesos de enseñanza y aprendizaje debe ser mejorada
8. Las destrezas y habilidades que se lograron desarrollar más fueron las siguientes:
 - a. Comprensión del contenido y necesidad del proceso de inducción (67% de los estudiantes)

- b. Uso y conocimiento de distintas formas de recolección de datos para planilla (100% de los estudiantes)
 - c. La habilidad de cálculo correcto de Impuesto sobre la Renta (53% de los estudiantes)
 - d. Determinación las temperaturas óptimas, la ventilación y niveles de ruido (100% los estudiantes)
 - e. Métodos de prevención de accidentes laborales (52% de los estudiantes)
 - f. Determinación del tipo de mercado (67% de los estudiantes)
 - g. Las bases de fijación de precio (87% de los estudiantes)
 - h. Determinación de las estrategias promocionales (87% de los estudiantes)
 - i. Clasificación de los tipos de publicidad (75% de los estudiantes)
 - j. La comunicación fluida con su jefe inmediato y compañeros de trabajo (95% de los estudiantes)
 - k. Habilidad de trabajo en equipo (81% de los estudiantes)
 - l. Manejo de conflictos de la manera correcta (100% de los estudiantes)
9. Las destrezas y habilidades que tuvieron menor desarrollo, fueron:
- a. Participación en los procesos de selección de personal (11% de los estudiantes)
 - b. Elaboración de la nómina, sus partes, requisitos de llenado, cálculo y de firmas (33% de los estudiantes)
 - c. Diseño y aplicación de los métodos de evaluación de personal (30% de los estudiantes)
 - d. Obtener la información sobre la mezcla de mercado y valorarla (25% de los estudiantes)
 - e. Identificar los canales de distribución (41% de los estudiantes)
 - f. Elaboración de presupuesto (36% de los estudiantes)
 - g. Realizar un análisis financiero (8% de los estudiantes)
 - h. Conocer y analizar los planes financieros (19% de los estudiantes)

10. Se identificó que el mejor momento para cursar las prácticas es el período interanual comprendido entre los meses enero y febrero, ya que permite a los estudiantes trabajar de tiempo completo y también por naturaleza de la zona geográfica las empresas matagalpinas tienen mayor actividad económica en este período
11. Se determinó que la falta de cumplimiento de las actividades previstas en el Plan de Estudios influye de manera negativa a la adquisición de las destrezas y habilidades indispensables para el desempeño laboral

IX. RECOMENDACIONES

1. Discutir los resultados obtenidos, con la Coordinación de la Carrera de Administración de Empresas y los docentes involucrados en estas prácticas, con el fin de corregir las deficiencias detectadas, y de esa manera tomar medidas oportunas, a través de un plan de acción estratégico.
2. Brindar la información al departamento de Ciencias Administrativas y Tecnológicas del Centro Universitario Regional de Matagalpa, para que además de dar a conocer los resultados, se pueda proyectar la metodología utilizada hacia otras Carreras.
3. Divulgar los resultados obtenidos en los congresos científicos a nivel de la UNAN-Managua, como forma de impulsar las investigaciones educativas en esta casa de estudios.
4. Implementar la propuesta de intervención a partir del enero de 2010, para superar las debilidades, cambiar la actitud de los docentes y estudiantes hacia las prácticas profesionales y lograr mayor nivel de aprendizaje.
5. Dar seguimiento a la situación de las Prácticas en la Carrera de Administración, a partir de la información aquí reflejada, para ir comparando el desenvolvimiento futuro.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Angulo, S.A. (2006) *Fijación de precios*. Obtenido en la Red Mundial el 8 de septiembre de 2007: <http://www.monografias.com/trabajos167fijacion-precios.shtml>

Centro de Información Internacional de Seguridad y Salud Laboral (2006) *Ergonomía antropométrica y biomecánica*. Obtenido en la Red Mundial el 28 de septiembre de 2008: <http://www.muscularmente.com/calculos/ergonomia.html>

Cifuentes, C. (2007) *Glosario. Psicología de la educación para padres y profesionales*. Obtenido en la Red Mundial el 8 de septiembre de 2007: <http://www.psicopedagogia.com>

Contreras, C. (2005) *Higiene y seguridad*. Obtenido en la Red Mundial el 6 de septiembre de 2007: <http://www.monografias.com/trabajos13/hiseg/hiseg.shtml>

Ehlermann, G. (2007) *Glosario. Psicología de la educación para padres y profesionales*. Obtenido en la Red Mundial el 2 de septiembre de 2007: <http://www.psicopedagogia.com>

Encina, G.B. (2006) *Las relaciones interpersonales en el trabajo*. Obtenido en la Red Mundial el 6 de septiembre de 2007: <http://www.cnr.berkeley.edu/ucceso/agro-laboral/7libro/12s.html>

Fine, S.A. y Wiley, W.W. (2002) *Análisis funcional de puestos*. Obtenido en la Red Mundial el 8 de septiembre de 2007: <http://www.ivap.com>

Golovina, N.S. (2007) *Evaluación de I semestre por los estudiantes de la Carrera de Administración de Empresas*. Matagalpa, UNAN

Gerling, H. (1997) *Alrededor de las máquinas-herramientas*. Reverté. España, Tercera edición. P. 269

González, J., Hernández, Z. (2003) *Paradigmas Emergentes Y Métodos De Investigación en el Campo de la Orientación*. Obtenido en la Red Mundial el 12 de septiembre de 2008:

<http://www.geocities.com/seminarioytrabajodegrado/Zulay2.html>

Hernández, D. (2007) *Perú: el análisis financiero y su incidencia en las decisiones de las empresas de outsourcing*. Obtenido en la Red Mundial el 6 de septiembre de 2007: <http://www.gestiopolis1.com/recursos8/docs/fin/analisis-financiero>

Hernández Sampieri et al (2003) *Metodología de Investigación*. Mc Graw Hill, México, Primera edición. P. 450

Illián, F.J. *Los medios técnicos en seguridad y protección*. Obtenido en la Red Mundial el 6 de septiembre de 2007:

<http://www.monografias.com/trabajos13/sepro/sepro.shtml>

Kotler, P., Armstrong, G. (1996) *Mercadotecnia*. Prentice Hall, México, Sexta edición. P.826

Lorano, A. (2006) *Presupuestos*. Obtenido en la Red Mundial el 8 de septiembre de 2007: <http://www.monografias.com/trabajos3/presupuestos/presupuestos.html>

Madrid, A. (2008) *Influencia de la publicidad en la sociedad*. Obtenido en la Red Mundial el 28 de septiembre de 2008:

<http://www.monografias.com/trabajos60/influencia-publicidad-sociedad/influencia-publicidad-sociedad.shtml>

- McMillan, J. y Schumacher, S. (2005) *Investigación educativa*. Mc Graw Hill, México, Quinta edición. P. 664
- Machuca P.V. y Becerril C.S. (2008) La departamentalización en las instituciones de Educación Superior: una experiencia en proceso. http://www.anuies.mx/servicios/p_anuies/publicaciones/revsup/res085/txt8.htm#top
- Mareiro J. A. y Caridad M. (1998) Acerca de los métodos de estudio de la relación entre las condiciones laborales y formativas en Biblioteconomía y Documentación: El caso de la Universidad Carlos III. <http://wwwclu.um.es/ojs/index.php/analesdoc/article/view/3121/3091>
- Meza, C.L. (s.f.) *Metodología de la investigación educativa: posibilidades de integración*. Obtenido en la Red Mundial el 20 de septiembre de 2008: http://www.itcr.ac.cr/revistacomunicacion/Vol_12_num1/metodologia_de_la_investigacion.htm
- Naranjo, B.A. (2007) *Algo sobre trabajo en equipo*. Obtenido en la Red Mundial el 2 de septiembre de 2007: <http://www.gestiopolis.com/organización-talento/trabajo-en-equipo-y-aspectos-fundamento>
- Peralta, M. (2006) *Sistema de información*. Obtenido en la Red Mundial el 2 de septiembre de 2007: <http://www.monografias.com/trabajos7/sisinf.shtml>
- Rojas, R. (1985) *El proceso de investigación científica*. Mc Graw Hill, México, Cuarta edición
- Saavedra, A. *Liderazgo para desarrollo sostenible*. Obtenido en la Red Mundial el 8 de septiembre de 2007: <http://www.mask.wikidot.com/plan-financiero.shtml>

Salazar, J.R. *La percepción, el conflicto y el estrés*. Obtenido en la Red Mundial el 8 de septiembre de 2007:

<http://www.monografias.com/trabajos5/percon/percon.shtml>

Silva, R. (2006) *La Nómina*. Obtenido en la Red Mundial el 28 de septiembre de 2008: <http://www.monografias.com/trabajos42/nomina/nomina.shtml>

Taveras (2002) *Promoción de productos*. Obtenido en la Red Mundial el 28 de septiembre de 2008:

<http://www.monografias.com/trabajos12/lapromo/lapromo.shtml?monosearch#ESTRATEG>

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN-Managua. (1999) *Programa de Asignatura Prácticas Profesionales III*. Escuela de Administración de Empresas. Managua, Nicaragua. P.9

Universidad Nacional del Nordeste UNNE (1998) *Taller integrador interdisciplinario*. Facultad de ciencias económicas de UNNE, Argentina. Obtenido en la Red Mundial el 8 de septiembre de 2007:

<http://www.eco.unne.edu.ar/taller/estrateg.html>

Werther, W.B., Davis, K. (1995) *Administración de personal y recursos humanos*. McGrawHill, cuarta edición, México. P.486

Zeledón, D. (2007, 14 de septiembre) *Cuánto ruido aguanta el oído*. El Nuevo Diario, p. 12B

ANEXOS

ANEXO 1



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Centro Universitario Regional de Matagalpa

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Dirigida a los maestros que impartieron Asignatura Prácticas Profesionales en V año de
Administración de Empresas

Estimados maestros: esta entrevista se realizará con el objetivo de Identificar las actividades realizadas durante las Prácticas Profesionales y valorar la forma de organización y metodología aplicada para esta Asignatura. Los datos que Ustedes proporcionarán, servirán para diseño de una propuesta de la forma cómo deberían ser las Prácticas de Profesionalización de la carrera Administración de Empresas. Agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

I. DATOS GENERALES

1. Nombres _____
2. Apellidos _____

II. METODOLOGÍA DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

1. Al iniciar la asignatura, ¿se realizó un taller de refrescamiento?
2. En el caso que la respuesta a la pregunta anterior es SI, ¿Cuánto tiempo duró el taller?
3. ¿Qué temáticas abordó en el taller?
4. ¿Cómo se procedió para realizar el taller?
5. ¿Cómo organizó el taller metodológicamente?
6. ¿Qué inconvenientes tuvo en el proceso de desarrollo del taller?
7. ¿Qué ventajas representa la realización del taller?

III. ORGANIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

1. ¿Con que frecuencia realizó visitas a las empresas donde los estudiantes cursaron sus Prácticas?
2. ¿Estas visitas se realizaron de acuerdo al plan previsto?
3. ¿Qué hizo durante las visitas?
4. ¿Qué dificultades pudo determinar en estas visitas?
5. ¿Cómo procedió para resolver las dificultades presentadas?
6. Cree que es necesario que los estudiantes elaboren un Informe al culminar las prácticas? ¿Por qué?
7. En el caso de que su respuesta fuese SI, ¿cómo debería estar estructurado este informe?
8. ¿Cómo debería organizarse el intercambio de experiencias de los estudiantes al finalizar las prácticas?
9. ¿Cuáles son las etapas de Prácticas Profesionales que desarrolló Usted?
10. ¿Cuánto tiempo duró cada etapa? (en horas)

Muchas gracias por su tiempo y su valiosa cooperación en la recolección de la información sobre las Prácticas Profesionales

ANEXO 2



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Centro Universitario Regional de Matagalpa

ENCUESTA

Dirigida a los estudiantes de V año de Administración de Empresas

Estimados estudiantes: este cuestionario se elaboró con el objetivo de Identificar las actividades realizadas durante las Prácticas Profesionales y determinar la percepción de Ustedes en cuanto a los insumos que proporcionan las empresas para cumplir con el Plan de Práctica. Los datos que Ustedes proporcionarán, servirán para el diseño de una propuesta de la forma cómo deberían ser las Prácticas de Profesionalización de la carrera Administración de Empresas. Agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

I. DATOS GENERALES

1. Nombres _____
2. Apellidos _____
3. Lugar donde cursó la Práctica _____

II. DESTREZAS Y HABILIDADES PARA DESEMPEÑO LABORAL

1. ¿Cuáles son las fuentes de reclutamiento de la Empresa?
 - ☐ Interna
 - ☐ Externa
 - ☐ Ambas
2. ¿Ha participado en una entrevista de selección?
 - ☐ Participé
 - ☐ No participé
3. ¿Aplicaron el proceso de inducción a Usted?
 - ☐ Se aplicó
 - ☐ No se aplicó
4. ¿Cómo recolectan los datos para planilla en la empresa?
 - ☐ Lista
 - ☐ Tarjetas
 - ☐ Reloj
 - ☐ Otro (especifique) _____
5. La planilla en la empresa se elabora:
 - ☐ En Excel
 - ☐ En un programa especial
 - ☐ A mano
 - ☐ No se
6. ¿A un salario de C\$5000 se aplica IR?

7. ¿Cuál es el régimen de INSS de la empresa?
- ☐ Integral
 - ☐ IVM y RP
 - ☐ No se
8. ¿Aplican Antigüedad?
9. ¿Hay bonos y premios?
10. ¿Qué otros devengados hay en la empresa?
- ☐ Alimentación
 - ☐ Transporte
 - ☐ Comisiones
 - ☐ Otros (especifique) _____
11. ¿Quién revisa la Nómina?
12. ¿Quién autoriza la Nómina?
13. ¿Qué métodos de evaluación de desempeño aplican en la empresa?
14. ¿Con qué periodicidad hacen evaluaciones de desempeño?
- ☐ Mensual
 - ☐ Semestral
 - ☐ Anual
 - ☐ No sé
15. ¿Qué tipo de iluminación tiene el lugar en donde Usted trabajó?
16. Este tipo de iluminación, ¿Es adecuado para este puesto? ¿Por qué?
17. ¿Cuál es la temperatura promedio en la oficina?
- ☐ Menos de 20 grados centígrados
 - ☐ 20-22 grados centígrados
 - ☐ 23-25 grados centígrados
 - ☐ Más de 25 grados centígrados
18. ¿Qué tan ventilado está el local?
- ☐ Excelente
 - ☐ Bien
 - ☐ Mal

19. ¿Cuál es nivel de ruido?

- ☐ Alto
- ☐ Moderado
- ☐ Bajo

20. ¿Qué se hace en la empresa para la prevención de accidentes?

21. ¿A qué tipo de mercado está orientada la empresa donde Usted cursó sus prácticas?

22. ¿Obtuvo información sobre la mezcla de mercadotecnia de la empresa?

- ☐ Si
- ☐ No

23. ¿Cuál es la base de fijación de precios de la empresa?

- ☐ Costo
- ☐ Competencia
- ☐ Consumidor
- ☐ No sé

24. ¿Qué canales de distribución utilizan?

- ☐ Productor - Consumidor
- ☐ Productor – Mayorista - Consumidor
- ☐ Productor – Detallista - Consumidor
- ☐ Productor - Mayorista – Detallista -Consumidor
- ☐ No sé

25. ¿Qué estrategias promocionales usa la empresa?

- ☐ Cupones
- ☐ Premios
- ☐ Concursos
- ☐ Demostraciones
- ☐ Incentivos
- ☐ Regalos
- ☐ Degustaciones
- ☐ Otros (especifique) _____
- ☐ No sé

26. ¿Cuál es el tipo de publicidad que usa la empresa?

- ☐ Informativa
- ☐ Persuasiva
- ☐ Recordatoria
- ☐ Ninguna
- ☐ No sé

27. ¿Cuál fue su participación en la elaboración del presupuesto?
- ☐ Trabajé independiente en una fase del proceso
 - ☐ Trabajé con apoyo de un funcionario de la empresa
 - ☐ Ayudé a un funcionario de la empresa en una fase del proceso
 - ☐ No participé

28. ¿Qué tipo de análisis financiero realizó?

- ☐ Vertical
- ☐ Horizontal
- ☐ Ninguno

29. ¿Tuvo acceso a los Planes Financieros?

- ☐ Si
- ☐ No

III. DESTREZAS Y HABILIDADES EN RELACIONES INTERPERSONALES

1. ¿Con qué frecuencia se comunicaba con su jefe inmediato en la empresa?

- ☐ Diario
- ☐ Varias veces a la semana
- ☐ Semanal
- ☐ Esporádico
- ☐ Dos veces, cuando ingresé y cuando culminé
- ☐ Una sola vez

2. ¿Qué tipo de comunicación predominó?

- ☐ Oral
- ☐ Escrita

3. ¿Cuáles eran los objetivos de comunicación con su jefe inmediato?

- ☐ Ayuda
- ☐ Instrucción
- ☐ Llamado de atención
- ☐ Otros (especifique) _____

4. ¿Cómo evalúa la comunicación con los compañeros de trabajo?

- ☐ Excelente
- ☐ Muy buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Mala

5. ¿Se practica en la empresa el trabajo en equipo

- ☐ Si
- ☐ No

6. ¿Sintió Usted el apoyo mutuo entre los trabajadores?

- ☐ Si
- ☐ No

7. ¿Cree que es importante la buena comunicación para la productividad?

- ☐ Si
- ☐ No

8. ¿Tuvo durante las prácticas algún conflicto?
- ☐ Si
 - ☐ No
9. En caso que la respuesta a la pregunta anterior fuese SI, ¿cómo manejó el conflicto?

IV. METODOLOGÍA DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

1. Al iniciar la asignatura, ¿se realizó un taller de refrescamiento?
- ☐ Si
 - ☐ No
2. En el caso de que la respuesta a la pregunta anterior fuese SI, ¿Cuánto tiempo duró el taller? (en horas)

V. ORGANIZACIÓN DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES

1. ¿Cuántas veces visitó el profesor guía la empresa donde Usted cursó sus Prácticas?
2. ¿Qué hizo el profesor guía durante las visitas?
- ☐ Habló con su supervisor inmediato
 - ☐ Aclaró sus dudas
 - ☐ Revisó las tareas realizadas
 - ☐ Habló con Usted sobre relaciones interpersonales en el puesto de trabajo
 - ☐ Otro (especifique)
3. Al finalizar las Prácticas Profesionales en la empresa, ¿elaboró un informe de Prácticas?
- ☐ Si
 - ☐ No
4. ¿Cree que es necesario que los estudiantes elaboren un Informe? ¿Por qué?
5. ¿Cuáles de las siguientes etapas tuvieron lugar?
- ☐ Taller en el aula
 - ☐ Prácticas en la empresa
 - ☐ Elaboración de informes
 - ☐ Exposición de informes
6. ¿Cuánto tiempo duró cada etapa? (en horas)

VI. PERCEPCIÓN SOBRE LOS INSUMOS QUE PROPORCIONARON LAS EMPRESAS

1. El puesto de trabajo que ocupó en la empresa, ¿es adecuado a perfil de su carrera?
☐ Si
☐ No
2. ¿La empresa proporcionó las herramientas necesarias para cumplir con su Plan de Práctica? ¿Cuáles?
3. ¿Tuvo acceso a la información necesaria en las siguientes áreas?
☐ Recursos humanos
☐ Mercado
☐ Finanzas
4. ¿Cuáles fueron las tareas que le asignaron en su puesto de trabajo?
5. ¿Cree Usted que estas tareas corresponden al perfil de su carrera?
☐ Todas corresponden
☐ Mayoría corresponden
☐ Mayoría no corresponden
☐ Ninguna corresponde

Muchas gracias por su tiempo y su valiosa cooperación en la recolección de la información sobre las Prácticas Profesionales

ANEXO 3

Matagalpa, 27 de agosto de 2008

Estimado (a) Maestro (a):

Actualmente estoy culminando Maestría en Pedagogía con mención en Docencia Universitaria, estando en la fase de elaboración de mi tesis que se denomina "Cumplimiento de las actividades previstas en la Asignatura Práctica Profesional por los estudiantes de V año de administración de empresas, el CUR Matagalpa durante el primer semestre de 2008". Como objetivos de este trabajo se han propuesto los siguientes:

Objetivo general:

Analizar el cumplimiento de las actividades previstas en el Plan de estudios de la Asignatura Práctica Profesional, por los estudiantes de V año de Administración de Empresas del CUR-Matagalpa, durante el primer semestre de 2008, proponiendo alternativas de solución a las dificultades detectadas.

Objetivos específicos:

1. Identificar las actividades previstas en el plan de estudio de la asignatura Prácticas Profesionales, en la carrera Administración de Empresas.
2. Caracterizar las destrezas y habilidades indispensables para el desempeño laboral, adquiridas en las Prácticas Profesionales.
3. Valorar la metodología y forma de organización de las Prácticas Profesionales, por los docentes.
4. Determinar la percepción de los estudiantes, en cuanto a los insumos que proporcionan las empresas para cumplir con el Plan de la Práctica Profesional.
5. Diseñar una propuesta de la forma cómo deberían ser las Prácticas de Profesionalización de la carrera de Administración de Empresas.

De acorde con estos objetivos, se elaboraron dos instrumentos para la recolección de datos: Entrevista a los docentes y Encuesta a los estudiantes. Atentamente solicito a Usted de participar como Jurado para validar los instrumentos mencionados, cuales se encuentran adjunto a esta carta. Por favor, emita su juicio por escrito, dando cualquier sugerencia para mejorar los instrumentos, o indicando cualquier inconsistencia que encuentre. De antemano agradezco su valioso aporte en esta labor.

Atentamente,

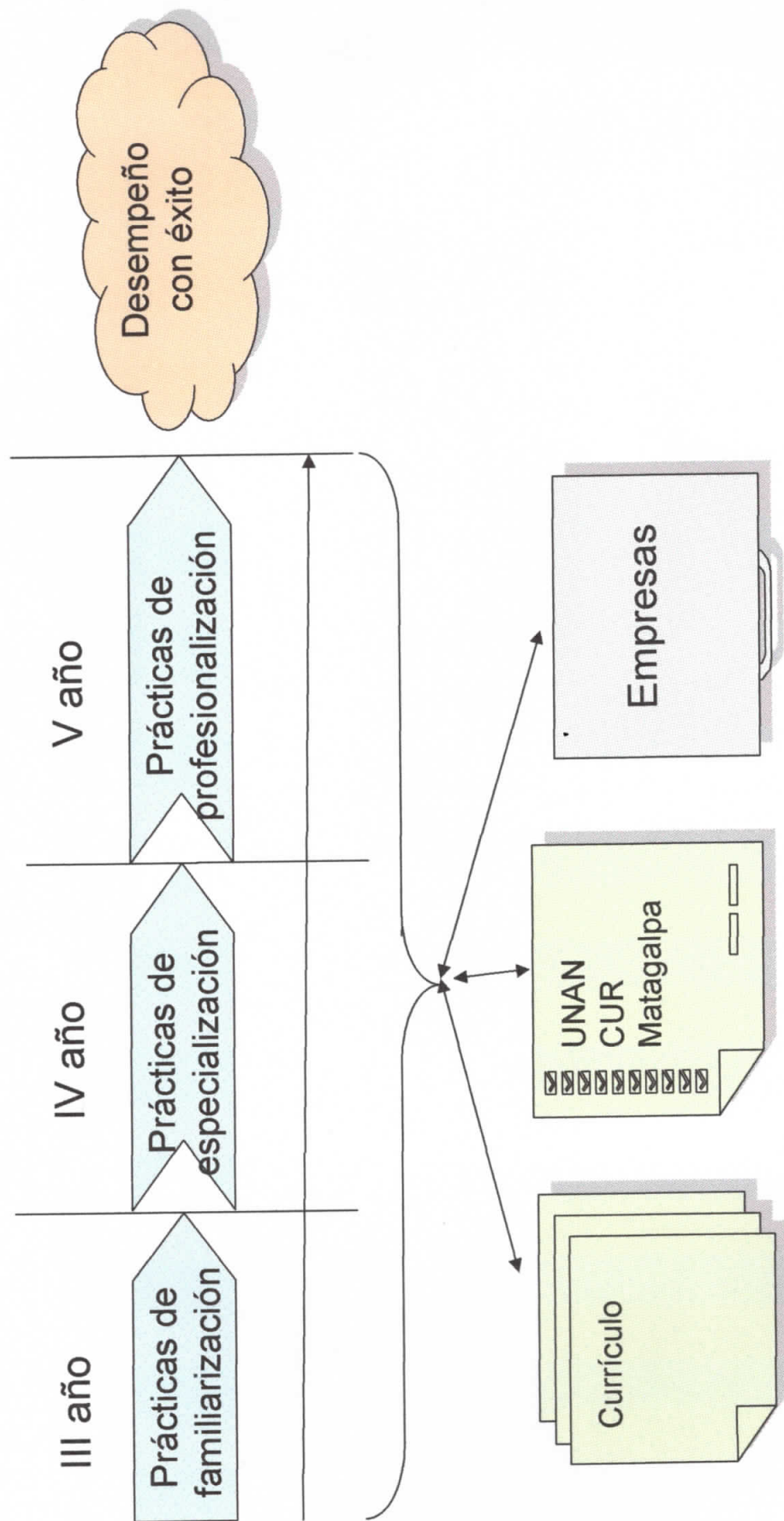
Lic. Natalia Golovina

Anexo 4. Propuesta sintetizada de intervención

DESTREZAS Y HABILIDADES	ESTRATEGIAS	MÉTODOS	TÉCNICAS	PROCEDIMIENTOS	RECURSOS DIDÁCTICOS
En Recursos Humanos: Reclutamiento y Selección, Nóminas Evaluación de desempeño, Higiene y seguridad	Preinstruccionales Objetivos y Organizadores previos	Interactivos (caso, simulaciones) Aprendizaje individual (enseñanza programada y contratos didácticos)	Actividades prácticas Estudios de casos	Siguen los procedimientos establecidos por los manuales de procedimientos y funciones de cada empresa y puestos de trabajos donde los estudiantes cursan sus Prácticas	Las empresas donde los estudiantes cursan prácticas, puestos de trabajo y recursos que proporcionan diferentes entidades, Material impreso, papelógrafos, marcadores
En Finanzas: Elaboración de presupuesto, Análisis financiero Planeación financiera	Coinstruccionales: Ilustraciones Analogías Preguntas intercaladas Uso de estructuras textuales Postinstruccionales: Preguntas intercaladas Resúmenes		Juegos didácticos Plenarios		
En Mercado: Tipos de mercado, Mezcla de mercadotecnia Fijación de precios Distribución de producto					
En relaciones interpersonales: Comunicación con empatía Resolución de conflictos			Resolución de conflictos Dramatización es	Se le entrega a los estudiantes descripción de conflicto y se pide búsqueda de solución; cada grupo hace una dramatización de solución	Material impreso, papelógrafos, marcadores

Anexo 5

Modelo de Relación de las Prácticas



Fuente: Elaboración propia